L'INTERNET

Au service de la prévention de l'abus des drogues





Office des Nations Unies contre la drogue et le crime
Vienne

L'INTERNET
au service de la prévention de l'abus des drogues





NATIONS UNIES
New York, 2004

PUBLICATION DES NATIONS UNIES
Numéro de vente: F.03.XI.10
ISBN 92-1-248113-2

Table des matières

Introduction

L'apparition et l'explosion de l'Internet au cours des quelque vingt dernières années ont sans doute été les faits technologiques les plus marquants de l'époque récente. L'Internet a transformé la manière dont nous lisons, nous voyageons, ou nous faisons nos achats et dont nous nous divertissons. Comme avec la plupart des technologies nouvelles, ce sont les jeunes qui sont à l'avant-garde de cette "internétisation" de notre vie en société. Non seulement les jeunes sont à l'aise pour utiliser l'Internet, mais ils le font avec irrévérence et un esprit curieux, repoussant ainsi les limites de ce médium en lui trouvant des applications qui étaient à peine imaginables.

Étant donné l'intérêt général que suscite ce médium de la part de notre "audience cible" et afin de mettre à profit une interface fascinante entre les jeunes, leur culture et l'Internet, le Réseau mondial de la jeunesse s'est associé au réseau prevnet (www.prevnet.net) pour organiser une réunion interactive à thème rassemblant des jeunes et des jeunes travailleurs qui utilisent déjà l'Internet pour la prévention de l'abus des drogues.

Cette réunion a été organisée à Athènes (Grèce), parallèlement à une grande conférence prevnet sur la télématique et la prévention qui a eu lieu du 13 au 16 mars 2002 (on trouvera des précisions au sujet de cette conférence principale sur http://www.prevnet.net/events/index.html). On espérait ainsi réunir des experts de la jeunesse qui ont acquis une longue expérience de l'Internet dans le cadre de leurs programmes de prévention et les inviter à nous aider à rédiger un bref manuel d'utilisation à l'intention d'autres groupes de jeunes qui souhaiteraient commencer à utiliser l'Internet. S'il est vrai que l'Internet a révolutionné la nature des connaissances, il peut tout autant être un élément purement décoratif que des programmes télévisés mal conçus sur la prévention de l'abus des drogues. En raison du pouvoir qu'il exerce et de sa grande visibilité, les jeunes doivent également se familiariser avec ce médium avant de commencer vraiment à s'en servir pour des interventions sur le plan social. Ces questions, parmi beaucoup d'autres, ont été examinées par des jeunes venus de Norvège, de Belgique, du Canada, des Pays-Bas, de Slovénie et de Finlande qui ont assisté à la réunion. Le présent manuel d'utilisation est véritablement le résultat de leur travail, et nous espérons avoir réussi à représenter fidèlement leurs idées.

Le présent manuel est le résultat des discussions entre les participants et d'heures de dur labeur de la part de deux personnes en particulier : Mme Tracey Powers Erkkila, de la Fondation A-Klinik, en Finlande; et Mme Oonagh Maley, du projet TeenNet Research, à l'Université de Toronto. Toutes deux ont passé beaucoup de temps à formuler et à repenser les idées qui s'étaient dégagées pendant la réunion et à les présenter sous une forme qui pourrait être utile pour les néophytes de l'Internet. Nous tenons officiellement à les remercier de leurs efforts. Le professeur Harvey Skinner, également de l'Université de Toronto, nous a aidés à diriger certaines discussions pendant la réunion et nous a apporté son soutien. Gautam Babbar, qui est le coordonnateur du Réseau mondial de la jeunesse, a globalement organisé l'initiative et a également collaboré à la rédaction du présent manuel avec Giovanna Campello, qui est la coordonnatrice de l'initiative mondiale sur la prévention primaire à la Section de réduction de la demande de l'Office des Nations Unies contre la drogue et le crime. Enfin, nous souhaiterions vivement remercier de leur appui les Gouvernements du Canada, de l'Italie, de la Norvège, du Royaume-Uni, de la Suède et de la Suisse, dont les contributions financières ont permis de faire une réalité du projet de Réseau mondial de la jeunesse.

Coordonnées des participants

OONAGH MALEY
Bureau Teen Net, Université de Toronto
Fitzgerald Building, RM 121, 150 College Street
Toronto, Ontario
Canada
oonagh.maley@utoronto.ca
www.cyberisle.org

JENNIFFER ELLIOTT
Bureau Teen Net, Université de Toronto
Fitzgerald Building, RM 121, 150 College Street
Toronto, Ontario
Canada
jlcpcelliott@hotmail.com
www.cyberisle.org

OUTI LEHIKOINEN
Kylanevantie 6 A 16, 00320, Helsinki
Finlande
Outi.lehikoinen@elamaonparastahuumetta.fi
www.kultakala.com

NICOLAS NEYT
Haardstedestraat 50
9000 Gand
Belgique
Nicolas_neyt@yahoo.com

SAMI PAAKKANEN
Parthaninkatu 6 c 76, 00530, Helsinki
Finlande
Sammy76ers@hotmail.com
www.kolumbus.fi/hubu
www.elamaonparastahuumetta.fi

HYLKE VERVAEKE
Westzaanstraat 11hs
1013 NB Amsterdam
Pays-Bas
hylkevervaeke@hotmail.com
www.drugsinfo.tk

BART DEBOSSCHER
Westzaanstraat 11hs
1013 NB Amsterdam
Pays-Bas
debosscherbart@hotmail.com
www.drugsinfo.tk

IGOR ZOR
Litijska 54 F, Ljubljana 1000
Slovénie
zor@drogart.org
www.drogart.org

HENNING PEDERSEN
Markveien 38 b
0350 Oslo
Norvège
henning@futurebergen.com
www.futurebergen.com

CARINA FAYE SYVERSEN
Tertnesveien 68 A
S113 Tertnes
Bergen
Norvège
carina@futurebergen.com
www.futurebergen.com

MATEJ SANDE
Vl 24 Junija 33
1000, Ljubljana
Slovénie
matej@drogart.org
www.drogart.org

GAUTAM BABBAR
UNODC, PO Box, 500
A1400, Vienne
Autriche
Gautam.babbar@UNODC.org

TAMARA LEDERMAN MAMAN
c/o UNODC, PO Box, 500
A1400, Vienne
Autriche
tamaraezequiel@hotmail.com



Pourquoi utiliser l'Internet pour la prévention de l'abus des drogues parmi les jeunes?

Pour beaucoup de jeunes, l'Internet est rapide, amusant, interactif et assez facile à utiliser avec un peu de pratique et de patience. Pour ces jeunes, aller en ligne est une méthode habituelle d'accéder à des renseignements multiples et à jour tout en communiquant avec leurs contemporains et en explorant d'autres façons de vivre, mais aussi de se tenir au courant des tendances de la mode, de la musique et des loisirs. Les jeunes qui ont grandi avec cette technologie ne sont pas intimidés par les aspects techniques de l'Internet et ses utilisations toujours plus nombreuses. Ils sont plutôt attirés par le côté captivant de son expansion constante.

L'un des objectifs du projet de Réseau mondial de la jeunesse étant de garantir que les jeunes mènent de manière créative et efficace des initiatives de prévention en matière d'abus des drogues, le recours à un médium qui les intéresse et qu'ils connaissent n'est-il pas le meilleur moyen de les atteindre? L'Internet est à la page, jeune, et a déjà retenu l'attention des jeunes à travers le monde. Autrement dit, une prévention efficace de l'abus des drogues, qui consiste, dans une large mesure, à créer et à maintenir un consensus au sein de la société sur les grands problèmes de santé de la jeunesse, aurait intérêt à tirer parti de la popularité, de l'ubiquité et de la portée possible de l'Internet.



Pour reprendre les termes d'un jeune: *"C'est mieux que d'aller à la bibliothèque."*



En matière de prévention de l'abus des drogues, le principal avantage de l'Internet est de permettre d'atteindre des groupes importants de jeunes aux niveaux local et mondial. Comme moyen d'information, il offre des possibilités d'adaptation illimitées et peut, pour reprendre les termes de l'un des participants à cette réunion, devenir "tout ce que vous voulez qu'il soit". En outre, si une programmation efficace de la prévention suppose que l'on s'emploie à diminuer les facteurs de risque et à renforcer les facteurs de protection, l'Internet nous offre une ressource excellente. L'amélioration des compétences pour la prise de décisions, le maintien de liens avec des adultes responsables et la pratique des talents de communication sont des activités qui peuvent toutes être facilitées par des programmes Internet bien conçus.

> *"Cela permet de présenter la même question sous différents aspects et d'explorer des mondes infinis."*
> Igor Zor, Drogart, Slovénie



Ce qu'est *ce manuel d'utilisation*

En collaboration avec un groupe de jeunes qui s'occupent actuellement de projets de prévention en ligne à l'intention des jeunes en Finlande, au Canada, en Norvège, en Belgique, en Slovénie et aux Pays-Bas, nous avons mis au point ce manuel d'utilisation pour vous aider à créer un programme sur le Web ou à ajouter un volet Web à vos efforts actuels de prévention. Le présent manuel vous aidera à savoir ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire pour créer un site Web de prévention; il contient également des suggestions sur la manière d'intéresser les jeunes à la planification, au développement, à l'évaluation, à l'entretien et à l'expansion du site Web.

∴ *À qui ce manuel s'adresse-t-il?*

Ce manuel a été écrit par des jeunes et pour des jeunes, ou pour des personnes qui mettent en œuvre des projets à l'intention de jeunes. Il a été mis au point par une méthode interactive sous forme de séances parallèles au cours desquelles les jeunes qui y participaient ont partagé leurs expériences de l'utilisation du Web pour la prévention. Ces jeunes ont ensemble défini des notions et des considérations de base à l'intention d'autres jeunes qui souhaiteraient exploiter l'Internet dans la lutte contre l'abus des drogues et la toxicomanie.

Si ce manuel est destiné essentiellement aux jeunes et aux personnes qui s'en occupent, il pourrait aussi être utile pour les administrateurs des services de santé publique et de projets de santé communautaires qui souhaitent utiliser l'Internet.

∴ *Que puis-je attendre de ce manuel?*

Ce manuel vise en premier lieu à faire disparaître la confusion et à atténuer le sentiment d'intimidation que peuvent ressentir les organisations et les groupes qui entreprennent de lancer une initiative de prévention axée sur l'Internet.

Vous y trouverez un certain nombre de listes de contrôle qui vous aideront dans votre travail, ainsi que des liens à des ressources qui pourraient vous être utiles pendant toute la réalisation du projet. Il ne vise toutefois pas à constituer un guide exhaustif à utiliser isolément. Les jeunes qui souhaitent lancer un projet de prévention devraient utiliser ce manuel en même temps que le manuel de participation sur l'évaluation des besoins et la planification des programmes mis au point dans le cadre du projet de Réseau mondial de la jeunesse de l'Office des Nations Unies contre la drogue et le crime.

Qu'est-ce que l'Internet?

"C'est un réseau de différents ordinateurs reliés entre eux qui s'étend au monde entier. Il existe partout différents types d'information!" Igor

"C'est la vie virtuelle. Une façon de se connecter avec les gens." Sami

"Rien de tout cela, il s'agit seulement d'infos!" Carina

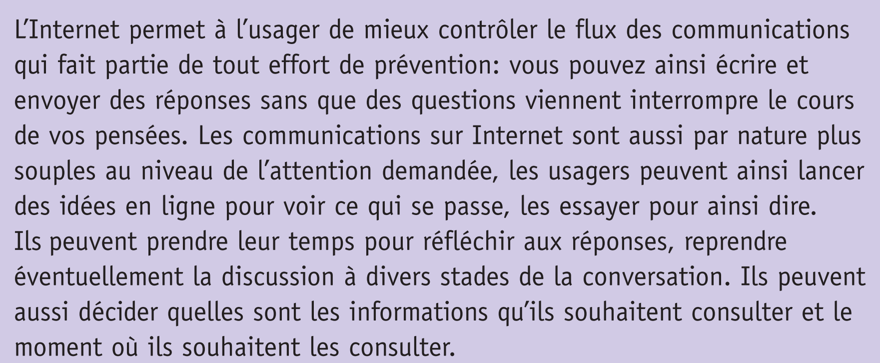
Après l'avoir lu, vous devriez avoir une idée des possibilités qu'offre l'Internet pour le travail de prévention parmi les jeunes ainsi que de quelques-unes de ses limites. Vous ne devez toutefois pas oublier que la création d'un site sur le Web ne doit pas être décidée à la légère. Notre objectif est qu'après avoir parcouru ce petit manuel vous aurez une idée plus nette de ce qui vous attend si vous décidez de poursuivre sur la voie de la prévention télématique. Votre projet aura de la sorte plus de chances de réussir, et, plus important encore, le site Web que vous créerez traduira mieux la qualité de votre action globale de prévention parmi les jeunes.

Facteurs à prendre en considération
avant de décider si vous pouvez utiliser une méthode axée sur l'Internet pour la prévention



Bon nombre des jeunes d'aujourd'hui, en particulier dans le monde développé (et la plupart des enfants aisés dans les pays en développement), sont à l'aise pour obtenir et échanger des données d'information par l'Internet. Il s'agit pour eux d'un outil pédagogique qui est presque devenu une seconde nature, même pour ceux qui pourraient être moins désireux d'apprendre. Pour les jeunes en ligne, l'Internet donne aux habitants du monde entier un moyen de se connecter et d'obtenir des données d'information et des idées sans restriction (presque partout) 24 heures sur 24. L'Internet a aussi la capacité de créer instantanément l'anonymat, permettant ainsi plus facilement aux jeunes (en particulier ceux qui sont exposés à l'abus de drogues à des fins récréatives) d'intervenir dans le domaine de la prévention et de s'y impliquer plus activement en posant des questions, en cherchant des appuis, en présentant leurs points de vue sur la prévention et en participant avec d'autres à des discussions.





L'Internet permet à l'usager de mieux contrôler le flux des communications qui fait partie de tout effort de prévention: vous pouvez ainsi écrire et envoyer des réponses sans que des questions viennent interrompre le cours de vos pensées. Les communications sur Internet sont aussi par nature plus souples au niveau de l'attention demandée, les usagers peuvent ainsi lancer des idées en ligne pour voir ce qui se passe, les essayer pour ainsi dire. Ils peuvent prendre leur temps pour réfléchir aux réponses, reprendre éventuellement la discussion à divers stades de la conversation. Ils peuvent aussi décider quelles sont les informations qu'ils souhaitent consulter et le moment où ils souhaitent les consulter.



Malheureusement, certains des aspects les plus positifs de la prévention en ligne peuvent aussi entraver vos efforts de prévention. Les aspects éventuellement négatifs ou les effets secondaires de la prévention en ligne doivent être pris en considération dès le début de votre projet.

Tout d'abord, tout le monde ne dispose pas d'une connexion Internet ou est en mesure d'entrer en ligne, donc, en fait, vous risquez de ne pas être en mesure de vous connecter avec les personnes que vous souhaitez le plus atteindre. Si l'Internet est en principe accessible 24 heures sur 24, cela ne correspond pas à la réalité dans la plupart des cas, sauf pour les personnes qui disposent de leurs propres services en ligne. Les collectivités disposent d'écoles, de cybercafés et de bibliothèques, mais qui ne sont pas toujours ouverts. Certains des groupes cibles les plus difficiles à atteindre sont précisément ceux qui n'ont pas accès à l'Internet en raison d'un manque d'instruction, de mauvaises conditions socio-économiques et/ou d'un contact plus limité avec la technologie. La portée de l'Internet est indéniable, mais vous ne devez pas surestimer sa portée réelle.

Diverses méthodes de communication peuvent être utilisées pour la programmation sur l'Internet, même si la langue utilisée est essentiellement l'anglais. Cela pourrait constituer un obstacle pour certains de vos usagers (et de votre personnel) en fonction de leurs compétences linguistiques et de la portée de votre site Web. L'usage de graphiques offre un bon moyen d'abaisser le niveau d'alphabétisation demandé, mais tous les ordinateurs n'offrent pas les mêmes possibilités, et une forte proportion de graphiques peut allonger la durée du télédéchargement.

Une autre source de préoccupation est la possibilité pour l'usager en ligne de recevoir une surcharge d'informations. Le nombre de sites sur le Web est actuellement estimé à plus de 800 millions. Cela représente beaucoup d'informations à portée de vos doigts, ce qui est excellent, mais cela signifie aussi d'avoir à consulter beaucoup de sites avant de trouver les bons. Il faut pour cela de la pratique, du temps, de l'énergie et beaucoup de tâtonnements avant de pouvoir juger avec précision de la qualité et de la fiabilité d'un site, et naviguer sur les différents systèmes.

L'utilisation d'un ordinateur peut soulever certains problèmes techniques en fonction des capacités disponibles dans votre pays ou votre région. Considéré par beaucoup comme rapide et souple, l'Internet présente également de nombreux problèmes techniques, par exemple des virus, des données incertaines, etc., qui en rendent l'emploi difficile. L'accès à l'utilisation d'ordinateurs varie également en fonction de votre région.

S'agissant de la programmation de la prévention, si la création d'un site Web est en principe bon marché, son maintien peut être très coûteux. Capter l'attention des usagers est une chose, mais la retenir en est une autre. Un site doit être actualisé en permanence, modifié et transformé, ce qui pourrait absorber une large part du temps des effectifs et beaucoup d'argent, et donc être irréalisable pour certains groupes de jeunes. On ne connaît pas non plus exactement la possibilité réelle d'atteindre le groupe cible que l'on s'est fixé. Précisément parce que l'on peut, de toute évidence, cibler une audience par le biais de l'Internet, la programmation et la recherche nécessaires pour prouver que cette audience a vraiment été atteinte peuvent être coûteuses et/ou nécessiter beaucoup de temps.

Précisions sur l'"anonymat" de l'Internet...

"C'est un autre niveau d'existence... des rôles nouveaux, des identités nouvelles, et d'autres façons de vivre." Igor

Des questions d'éthique, de qualité et de confidentialité de l'information peuvent aussi se poser à l'usager et risquent d'être difficiles à vérifier sur le site Web utilisé, en particulier s'il comporte un fort élément interactif. L'utilisation de l'Internet comme moyen de prévention est un phénomène relativement nouveau qui n'est encore assorti que de peu de structures

extérieures de contrôle et d'assurance de la qualité. N'importe qui peut créer un site sur le Web en promettant beaucoup de choses et quasiment sans disposer de structures permettant de vérifier que ces engagements sont respectés. Dans le "monde réel", la confidentialité due au client et la déontologie du travail sont fortement enracinées dans les diverses professions qui participent à l'effort de prévention. L'inclusion de ces garanties dans votre site Web nécessitera une certaine planification et, éventuellement, des fonds pour un appui technique ou professionnel.

En quoi l'Internet diffère-t-il des méthodes traditionnelles?

Avant de créer votre site Web, il importe de mettre en parallèle un programme de prévention axé sur l'Internet et les diverses méthodes traditionnelles que vous pourriez actuellement utiliser pour un travail de prévention. Vous devez vous assurer que vos efforts pour vous mettre en ligne en valent la peine. Vous devez aussi tenir compte du fait que certains des avantages des méthodes traditionnelles pourraient disparaître dans un programme entièrement fondé sur l'Internet.



L'absence d'interaction de personne à personne est la différence la plus marquée entre les méthodes de prévention utilisant l'Internet et les méthodes traditionnelles. Les formes de communication non verbales qui contribuent à créer un sentiment de camaraderie et de vues partagées en sont absentes. Les méthodes de prévention traditionnelles permettent peut-être plus facilement d'entrer en contact avec le groupe cible choisi et de contrôler le message que vous souhaitez transmettre du fait que vous êtes vous-même effectivement sur le terrain et que vous travaillez avec les personnes que vous souhaitez atteindre. Les réactions immédiates obtenues sous forme d'expressions faciales, de langage du corps, d'observations directes et d'efforts de participation sont plus faciles à mesurer et se prêtent mieux à un examen immédiat.



Cela dit, toutefois, l'anonymat qu'offre l'Internet peut aussi présenter de gros avantages pour votre programme en attirant des personnes qui souhaitent ne pas être vues tout en voulant en savoir plus au sujet de vos services. Bien souvent, cela peut abaisser le seuil d'accès aux services, ouvrir des portes et conduire à des alliances inhabituelles au sein des collectivités.

Précisions sur l'anonymat de l'Internet

Cette liberté présente véritablement deux volets. Si l'anonymat de l'Internet constitue l'un de ses aspects les plus attrayants, ce même anonymat pourrait poser certains problèmes éthiques pour les efforts de prévention en ligne.

L'anonymat donne à chacun la possibilité de créer des personnalités nouvelles et d'en faire l'expérience. Il diminue la crainte du ridicule, la gêne ou l'embarras si nos idées ne correspondent pas aux normes sociales établies. Il peut créer un sentiment d'égalité en matière de pouvoir et de

confidentialité, étant donné que l'on peut révéler ce que l'on veut, quand on le veut et de la manière que l'on veut. Se déconnecter du groupe peut être aussi facile que d'éteindre l'ordinateur. Les différents milieux en ligne, tels que les centres de débats, le courriel et les chat rooms aident les jeunes à entrer en contact avec d'autres jeunes qui ont des goûts analogues en matière de musique et de mode, d'idéologie politique et d'idées sur les questions d'actualité. Cet aspect de la prévention en ligne peut aider les jeunes à s'ouvrir et à faire part de leurs points de vue, de leurs expériences et de leurs préoccupations en matière de drogues. Ces échanges peuvent renforcer les efforts de prévention en atteignant des jeunes qui pourraient ne pas entrer en contact avec une organisation par des voies traditionnelles.

Cela pourrait toutefois présenter des inconvénients que vous devez aussi prendre en considération, en particulier pendant toute la phase de planification. Il est difficile de vraiment savoir avec qui on parle dans les chat rooms et les groupes de discussion/babillards. Des questions délicates peuvent susciter des renseignements erronés ou être traitées de manière inappropriée en fonction du site que la personne visite. Du fait que les environnements en ligne sont coupés de la réalité, les jeunes peuvent être amenés à glisser sur des échanges, les dramatiser et/ou les inventer lorsqu'il s'agit de problèmes très réels liés à l'abus de drogues tels que des cas d'overdose et de résistance personnelle aux drogues.

En raison des difficultés à la fois techniques et éthiques que soulève la censure de l'information dans les forums de discussion, les lecteurs peuvent être exposés à des informations qui ne correspondent pas aux messages que vous-même, l'organisation que vous représentez ou vos sources de financement souhaitez transmettre. L'emploi de personnel qualifié ou de personnel bénévole en tant qu'animateurs et/ou le contrôle préalable de tout ce qui est affiché dans vos forums de discussion sont au nombre des moyens qui permettent de surmonter les difficultés techniques, mais, bien évidemment, cela ne va pas sans incidences financières et sans répercussions sur la liberté, et donc sur le type de collectivité en ligne que vous pourrez créer. Avant de décider si vous souhaitez avoir une collectivité en ligne, vous devrez définir les valeurs que vous souhaitez voir défendre par cette collectivité, la manière dont vous maintiendrez ces valeurs et décider si vos valeurs et vos orientations seront acceptées par votre audience cible.

Éléments et structures
du site Web de prévention

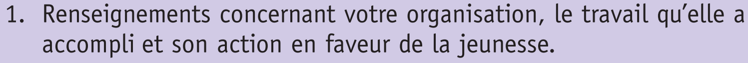
Éléments possibles en ligne



Quelles sont donc les possibilités en ligne? Les jeunes qui ont participé à l’élaboration de la présente brochure ont établi une liste des éléments d’un site Web en les classant de 1 à 5 ( ), le chiffre 5 correspondant à ceux qui sont les plus difficiles à mettre en œuvre. Les difficultés peuvent être une question de coût, de temps et/ou de qualifications requises. D’autres difficultés peuvent venir plus spécifiquement des orientations choisies par une organisation ou les pouvoirs publics. En particulier, les préoccupations juridiques, le besoin de confidentialité et les conflits liés à la liberté de parole que soulèvent certains éléments interactifs en ligne compliquent leur utilisation.



Éléments de base (1-2) *



Ces éléments/services ou données d’information peuvent être facilement fournis sur votre site Web, et les questions financières et techniques sont faciles à résoudre.



1. Renseignements concernant votre organisation, le travail qu’elle a accompli et son action en faveur de la jeunesse.
2. Informations de base sur les drogues.
3. Tuyaux sur l’expérience de la drogue, avec notamment des descriptions de la prétendue “ivresse” qu’elle provoque.
4. Renseignements sur les effets de l’abus des drogues: effets principaux, effets à long et à court terme.
5. Renseignements juridiques de caractère général.
6. Liens avec des organisations analogues.
7. Images de l’audience cible.
8. Dénis de responsabilité.
9. Précisions sur la manière dont les jeunes peuvent être amenés à participer à votre projet.
10. Personnes à contacter pour les jeunes qui souhaitent participer à votre projet.
11. Liens pour le téléchargement et les circuits économiseurs d’écran (programmes que les utilisateurs peuvent ajouter à leur ordinateur).
12. Raccordement à une source de musique/jeux lorsque l’on utilise votre site Web.
13. Babillard (zone sur laquelle les utilisateurs peuvent se communiquer des messages) auquel seuls les membres du personnel/les bénévoles ont accès.
14. Références et sources de l’information affichée sur le site.
15. Personnes à contacter pour commander des produits, des brochures d’information.

---

* Les chiffres entre parenthèses indiquent la facilité de mise en œuvre.

Éléments de difficulté modérée (3-4)

Ces éléments/services ou sources d'information nécessitent un peu plus de planification, de recherches et d'investissements, voire de formation.

1. Renseignements pharmacologiques détaillés (votre propre contenu est préférable à des liens à d'autres sites Web).
2. Comptes rendus de première main obtenus auprès de l'audience cible (expériences positives, raves (fêtes), expériences ratées, etc.).
3. Renseignements à jour au sujet de manifestations récréatives au sein de la collectivité.
4. Renseignement sur les aptitudes personnelles (idées pour vous aider dans la vie quotidienne).
5. Images de l'audience cible en évolution constante.
6. Vos propres programmes de téléchargement/circuits économiseurs d'écran.
7. Calendrier/programme interactif énumérant diverses manifestations récréatives/sociales.
8. Fichier de questions répétitives (FAQ).
9. Formulaires de commande en ligne pour des produits, des brochures d'information, etc.
10. Listes de diffusion (inscrivez-vous pour recevoir des informations au sujet de diverses activités pour les jeunes par le biais du site Web).
11. Forums de discussion, qui peuvent être de deux sortes, à savoir:
    – avec accès limité au personnel;
    – avec l'aide d'animateurs qualifiés.
12. Babillards avec des animateurs qualifiés.

Éléments difficiles (5)

Ces éléments/services ou données d'information nécessitent beaucoup plus de planification, de recherches et d'investissements; mieux vaut que vous ne vous y attaquiez qu'après avoir lancé en douceur un site Web doté d'un nombre plus restreint de facilités et de services.

1. Créer votre propre source de musique/jeux pour le site.
2. Fournir des conseils d'experts en ligne (des questions sont posées à un conseiller qui y répond).
3. Répondre par courriel aux questions des utilisateurs.
4. Courriel gratuit pour les utilisateurs.
5. Chat rooms—conversations en ligne avec plusieurs participants (4-5), éventuellement sous la surveillance de membres du personnel.
6. Groupes d'appui ou groupes de micro-amateurs en ligne dirigés par des jeunes responsables (4-5).
7. Jeux de mémoire, essais d'auto-évaluation, tout moyen d'apprentissage interactif que vous avez inventé vous-même.
8. Cours sur l'Internet concernant les mesures d'autoprotection, les techniques de valorisation de soi-même/prise de décisions, etc.

"Créer, copier ou connecter"?

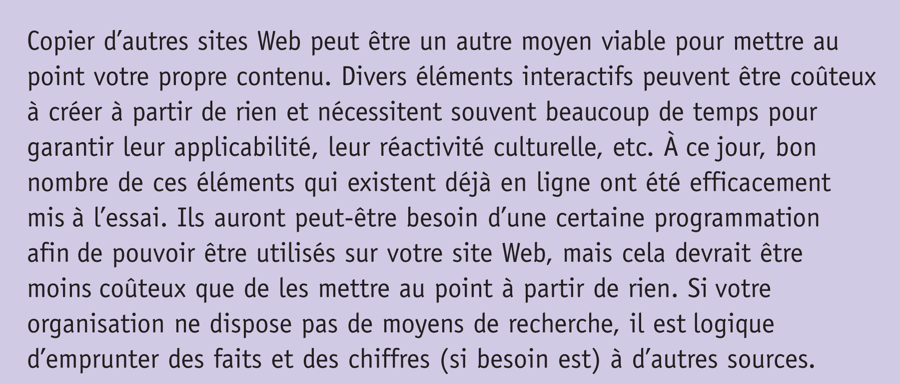
Lorsque vous réfléchissez aux divers éléments que vous pouvez utiliser, il est important de réfléchir à la manière dont ils seront intégrés dans votre site Web. Il existe trois manières d'ajouter un contenu et/ou des éléments à votre site Web:

- Créer vous-même l'information
- La copier sur un autre site Web
- Vous interconnecter à d'autres sources d'information.



Ce qu'il y a de mieux dans la création de votre propre site Web est d'en avoir le contrôle. C'est pourquoi il est toujours préférable d'utiliser, chaque fois que possible, des données d'information de première main, car elles peuvent exprimer exactement les objectifs de votre organisation et être adaptées aux besoins de votre ou de vos groupes cibles. L'exercice de ce contrôle ne va évidemment pas sans certaines responsabilités déontologiques, mais nous y reviendrons. Créer vous-même le contenu de votre site Web peut être coûteux, sur le plan financier, mais aussi en heures de travail du personnel. Le contrôle de la qualité est également un problème. Vous pouvez ne pas avoir le personnel et le temps, l'argent ou les compétences pour actualiser le contenu de votre site et le maintenir à jour et précis.





Copier d'autres sites Web peut être un autre moyen viable pour mettre au point votre propre contenu. Divers éléments interactifs peuvent être coûteux à créer à partir de rien et nécessitent souvent beaucoup de temps pour garantir leur applicabilité, leur réactivité culturelle, etc. À ce jour, bon nombre de ces éléments qui existent déjà en ligne ont été efficacement mis à l'essai. Ils auront peut-être besoin d'une certaine programmation afin de pouvoir être utilisés sur votre site Web, mais cela devrait être moins coûteux que de les mettre au point à partir de rien. Si votre organisation ne dispose pas de moyens de recherche, il est logique d'emprunter des faits et des chiffres (si besoin est) à d'autres sources.



Si vous copiez quoi que ce soit, il est très important de vérifier de près la qualité du matériel copié et de consulter la réglementation des droits de reproduction avant de le placer sur votre site Web. Vous restez responsable de ce qui paraît sur votre site, même si la désinformation provient d'une autre source. Il importe aussi d'indiquer à vos usagers l'origine de votre information. Les techniques d'évaluation de la qualité sont examinées plus loin.

Le raccordement à d'autres sites est la méthode qui nécessite le moins de compétences techniques et évite toutes les questions de droits de reproduction. Pour les personnes qui disposent de budgets modestes, le raccordement est un bon moyen d'augmenter le contenu d'un site. Cela peut également être utile lorsqu'un élément interactif particulier ne peut être pris en charge par votre site Web et/ou si vous n'êtes pas en mesure de copier le code du programme ou autorisé à le faire. Toutefois, le raccordement diminue le contrôle que vous exercez sur votre site et amène les usagers à le quitter au profit d'un autre. Le mieux est d'avoir autant d'informations que possible sur votre site pour que les usagers restent avec vous. Là encore, il vaut mieux étudier tous les liens de manière approfondie afin de veiller à ce que le contenu des sites auxquels vous vous raccordez réponde à vos normes de qualité.

Trois types de sites Web

À la suite des échanges de vues que nous avons eus avec les jeunes consultés, nous avons mis au point une typologie des sites Web en matière de prévention. Ces sites peuvent comprendre un nombre quelconque des éléments énumérés plus haut. Les trois structures de sites Web envisagées ci-dessous devraient vous donner une idée des divers degrés de complexité que peut comporter votre site ainsi que son rayon d'action éventuel. Comme dans la section précédente, notre équipe de jeunes a proposé les éléments énumérés en les classant par ordre de difficulté (le chiffre 5 correspondant aux éléments les plus difficiles à mettre en œuvre).

Sites Web unidimensionnels

Sur ce type de site, le lecteur tire essentiellement des enseignements du contenu du site Web et obtient les moyens d'en contacter d'autres pour obtenir plus d'informations, recevoir de l'aide ou s'impliquer davantage. Autrement dit, le flux des communications se fait dans un seul sens. Un site Web unidimensionnel ne comporte généralement pas la possibilité d'une interaction en ligne. C'est un moyen facile d'obtenir beaucoup de renseignements sur qui vous êtes et ce que vous faites en tant que groupe de jeunes ou organisation. En fait, le Web peut servir de support publicitaire pour votre groupe. Afin d'être distrayant, le message que vous adressez à votre audience cible pour la prévention peut être associé à d'autres, qui ne concernent pas nécessairement les drogues, tels que la musique et les loisirs, les manifestations locales ou la culture pop, ou il peut porter sur un sujet déterminé ou s'adresser à un groupe particulier de personnes.

En termes de coût, les sites Web unidimensionnels peuvent être les plus économiques, puisqu'ils ne nécessitent que peu ou pas de programmation. La teneur du site en constitue le principal attrait pour l'usager: vos efforts viseront donc avant tout à en garantir la qualité, l'attrait graphique et la facilité d'emploi. Les sites Web unidimensionnels soulèvent également moins de problèmes de confidentialité, ce qui contribue à les rendre plus faciles à créer et à maintenir. Vus sous l'angle de la prévention, toutefois, les sites Web unidimensionnels peuvent être quelque peu limités, étant donné qu'ils n'entraînent pas vraiment de communications avec vos usagers.

Voici quelques idées sur les éléments que pourrait comporter un site unidimensionnel:

- Informations de base sur votre organisation, ses réalisations et votre action en faveur de la jeunesse (1)
- Informations de base sur les drogues (2). Pensez aux membres de votre groupe cible et adaptez l'information à leur niveau!
- Tuyaux sur l'expérience vécue (2). N'oubliez pas votre groupe cible et n'oubliez pas d'afficher les témoignages reçus
- Renseignements pharmacologiques détaillés (3-4)

- Informations juridiques de caractère général (1-2)
- Informations sur les effets: de base, à long et à court terme (2)
- Témoignages directs (expériences positives et négatives, raves, etc.) (3)
- Informations à jour au sujet des manifestations récréatives dans la collectivité (3)
- Informations sur les aptitudes personnelles (3)
- Liens avec des organisations analogues (1)
- Images de l'audience type, en évolution constante (3-4), ou permanente, immuable (1-2)
- Déni de responsa bilité (1)
- Questions répétitives (FAQ) (4)
- Personnes à contacter pour les jeunes qui souhaitent participer à votre projet (1)
- Précisions sur la manière dont les jeunes peuvent s'impliquer dans votre projet (1)
- Références et sources des informations figurant sur le site (2)
- Programmes de téléchargement, circuits économiseurs d'écran (empruntés ailleurs 1/2—créés par vous-même 3/4)
- Calendrier/programme, avec indication de diverses manifestations récréatives/sociales (3)
- Un lien à une source de musique à écouter lorsque vous êtes sur le site Web (sous forme de lien 1-2, ou créé par vous-même 5)
- Formulaires de commande pour des produits, des dépliants d'information, à imprimer seulement (1), ou interactifs (4-5).







Avec un site Web unidimensionnel, l'Internet peut servir de moyen de communication traditionnel, comme un prospectus. Utilisé de la sorte, l'Internet peut être une méthode efficace pour faire parvenir l'information à des groupes de population parfois difficiles à atteindre, par exemple les groupes clandestins ou marginalisés. L'information fournie sur votre site pourrait contribuer à mettre vos clients éventuels non seulement en contact avec votre organisation, mais aussi avec diverses structures communautaires d'appui, abaisser le seuil d'accès aux services et éventuellement les aider à prendre des mesures pour obtenir de l'aide. Votre site Web pourrait aussi fournir le moyen d'entrer en contact avec des jeunes qui ne pensent pas avoir de problème de drogue mais qui souhaitent obtenir à ce sujet des informations exemptes de jugement moral à ce sujet. Les membres de ce groupe pourraient hésiter à se rendre dans des centres de traitement locaux pour poser des questions, mais peuvent néanmoins obtenir des informations d'une manière discrète par le biais de votre site Web.

Sites Web bidimensionnels

Les sites Web bidimensionnels font participer les usagers plus largement au processus d'échange d'informations. Dans ce cas, le site Web permet un dialogue entre les usagers et le ou les spécialistes de la prévention, et des conditions d'apprentissage plus actives ne se limitent pas simplement à la lecture de matériel sur une page. Des liens peuvent être établis entre les jeunes et le personnel de santé ou d'autres spécialistes de la prévention au sein de la communauté (éducateurs, décideurs, agents de police et

travailleurs sociaux). Les divers services en ligne rattachés au site Web bidimensionnel peuvent contribuer à créer des liens avec les jeunes qui ne sont pas à l'aise dans les communications en tête-à-tête, portant sur des sujets délicats tels que l'abus des drogues. Ce type de site Web peut jeter des ponts là où il est souvent traditionnellement difficile de le faire.

Dans les structures bidimensionnelles, l'interaction entre l'usager et les spécialistes de la prévention ainsi que les fenêtres qui se prêtent aux réflexions personnelles permettent de communiquer l'information d'une manière stimulante. Cela crée des possibilités d'auto-évaluation, de réflexion et de remise en question dans la sécurité de son foyer, de son bureau, de son café, etc. Divers sondages et jeux de devinettes retiennent l'attention de l'usager d'une manière amusante et non effractive, l'encourageant à examiner de plus près ses convictions et ses attitudes concernant l'abus des drogues. Les usagers sont en mesure de vérifier leurs connaissances, au besoin de comparer avec d'autres ce qu'ils pensent être vrai et/ou créer pour eux-mêmes des programmes de “formation” pour prendre mieux conscience des questions d'abus des drogues et de prévention.

Les sites Web bidimensionnels peuvent comporter tous les éléments énumérés pour le système unidimensionnel, en même temps que certains des éléments indiqués plus bas. La manière dont chacun de ces éléments est incorporé dans votre site se répercute sur leur degré de difficulté. Plus vous souhaitez créer vos propres éléments interactifs, plus vous aurez besoin de compétences, de fonds et de temps. Le temps que le personnel y consacre est une autre difficulté que vous pourriez rencontrer à mesure que votre site devient plus interactif. L'établissement d'une liste de diffusion, suivant sa fréquence et sa complexité, ne nécessite que peu de personnel par comparaison aux réponses directes par courriel et à l'orientation en ligne.

N'oubliez pas non plus que ces éléments plus interactifs multiplient les responsabilités pour vous-même ou votre organisation en tant que créateur du site. Les règles de confidentialité, le code de conduite pour les services d'orientation et d'autres décisions structurées doivent être clairement définies avant le lancement de votre site Web.

- Essais d'auto-évaluation: à créer vous-même (5), à copier sur d'autres sites, de manière interactive (5), ou de manière non interactive (2), sous forme de lien (1)
- Cours basés sur l'Internet tels que jeux pour développer les aptitudes personnelles: amour-propre/prise de décision, écoute/analyse critique: à créer vous-même (5), à copier sur d'autres sites, de manière interactive (5) ou de manière non interactive (2), sous forme de lien (1)
- Jeux de mémoire: à créer vous-même (5), à copier sur d'autres sites ou sous forme de lien (1-2)
- Courriel gratuit pour les usagers (4)
- Liste de diffusion (2)
- Réponses par courriel (4/5)
- Service d'orientation sous forme de questions et de réponses (4-5)

- Conseils d'experts en ligne (5).

N'OUBLIEZ PAS, pour tous les éléments copiés ou raccordés, de vérifier vos sources!



Sites Web tridimensionnels

Dans ce cas, le lecteur ne participe pas seulement en tant que destinataire de l'information, mais aussi en tant que source importante de connaissances pour d'autres personnes en ligne. Cela se fait sous forme de dialogue et d'interaction entre les membres de l'audience ciblée dans des chat rooms, des babillards et autres forums de discussion en ligne. Les sites tridimensionnels comportent des outils qui permettent aux jeunes de discuter avec d'autres jeunes et de leur raconter leurs expériences vécues. Dans des situations en ligne, les jeunes peuvent aussi entrer en contact pour échanger leurs points de vue sur les drogues, envisager d'autres styles de vie et s'entraider en puisant dans leur expérience personnelle. En prenant contact et en enrichissant leur expérience commune, les jeunes participent au processus d'échange d'informations. Des groupes ayant des intérêts communs peuvent être constitués, offrant aux jeunes la possibilité de discuter "en toute sécurité" de questions qui peuvent être déconcertantes et délicates. Ces communautés en ligne peuvent aussi être un moyen de découvrir de nouveaux animateurs de jeunes pour votre organisation.





Les sites tridimensionnels peuvent servir à mieux atteindre des populations hors de portée en ouvrant une fenêtre sur certains des groupes marginaux ou marginalisés sur les lieux où sévit la toxicomanie. Pour les spécialistes de la prévention, les communautés en ligne fournissent le moyen d'évaluer la situation actuelle de la toxicomanie et de comprendre le point de vue des jeunes, en permettant d'entrevoir des notions parfois difficiles à concevoir. Toutefois, ainsi qu'il a déjà été indiqué, cela soulève des questions de censure. En général, les groupes qui opposent le plus de résistance aux services de prévention sont les moins enclins à utiliser un forum qui risque d'être censuré, autrement dit si vous souhaitez vous servir de votre site comme d'un outil de recherche pour étudier un groupe cible déterminé, vous devez y autoriser la libre discussion.

À côté des possibilités qu'offrent les sites uni et bidimensionnels, les sites tridimensionnels peuvent comporter les éléments suivants:

- Groupes d'appui ou d'intérêt en ligne dirigés par des animateurs (4-5)
- Babillards (1-2)
  Avec des animateurs qualifiés (3-4)
- Chat rooms (4-5)
- Groupes de discussion (3-4)
- Contacts en ligne avec des animateurs /groupes d'entraide qualifiés:
  Visualisation des babillards, des forums de discussion ou des chat rooms (1-2)
  Conduite des discussions dans les diverses zones (3-4).

Des sites Web de prévention existent à tous les niveaux de complexité. De coutume, plus un site Web est interactif avec la personne qui l'utilise, plus la structure du site est complexe. Cela veut dire que les sites Web hautement interactifs sont plus difficiles à créer et à maintenir que les sites statiques, plus axés sur l'information. Toutefois, la difficulté n'est pas toujours un gage de qualité, ne l'oubliez pas! Vous devez structurer votre site en fonction des besoins de votre programme, de votre organisation et des usagers auxquels vous vous adressez. Par exemple, si vous souhaitez simplement utiliser un site Web à des fins publicitaires, le site unidimensionnel suffira. Avant de décider ce que vous souhaitez faire figurer sur votre site Web, vous devez comprendre clairement vos buts et objectifs, de même que vos capacités administratives en matière de temps, d'argent et de main-d'œuvre.

Choix des éléments à inclure dans le site et raisons de ce choix

- *Votre site de prévention ne devrait contenir aucune suggestion positive (qu'elle vienne de vous-même ou qu'elle figure dans les comptes rendus de première main que vous affichez sur votre site) au sujet de l'utilisation des substances, du genre: "Essayez les drogues" ou "Vous ne pouvez pas comprendre l'univers si vous n'avez pas fait un trip à l'acide". Cela irait à l'encontre de votre objectif général de prévention de l'abus des drogues et porterait préjudice à votre propre travail.*
- *Veillez à vérifier vos liens avec soin, en recherchant les messages qui sont en harmonie avec les vôtres.*
- *Ayez des directives sur l'utilisation de méthodes interactives. Par exemple, si vous avez un chat room ou un forum de discussion, vous devriez fixer des règles pour ces communautés en ligne. Une indication claire de ce qui ne sera pas accepté comme constituant un dialogue "approprié" devrait être visible pour tous les utilisateurs. La réglementation des discussions en ligne contribue pour beaucoup à garantir le caractère favorable et positif de vos communautés en ligne. Vous tenez à ce que l'atmosphère reste bonne!*
- *Le principe de confidentialité de votre site Web doit être indiqué clairement, du genre: "Les informations échangées au cours de la discussion ne sont pas transmises à la police, aux parents ou à d'autres représentants possibles de l'autorité, à moins que quelqu'un ne veuille se faire du mal à lui-même." Soyez simples et pertinents.*
- *Les utilisateurs doivent savoir que la protection de la vie privée ne peut être garantie. Il existe parfois des situations de droit ou des cas au sein de votre organisation où il est impossible de préserver la vie privée et la confidentialité. Les blessures graves infligées à soi-même ou à autrui en sont un exemple. Vérifiez auprès des autorités locales les considérations juridiques qui pourraient influer sur votre site. Analysez également votre politique en ligne avec les échelons supérieurs de votre organisation pour vous assurer que cela ne soulève pas de problème de responsabilité et que les personnes concernées sauraient comment répondre si la question se posait.*



Planification

∴ *Quels résultats souhaitez-vous atteindre par le biais de votre site Web?*

Il est important que vous réfléchissiez à votre rôle en tant que créateur du site… Imaginez que vous êtes le créateur d'un monde si vous le souhaitez! Voici quelques-unes des questions que vous devrez envisager: quel niveau de prévention souhaitez-vous atteindre? Autrement dit, souhaitez-vous que l'Internet vous aide effectivement dans votre effort de prévention ou souhaitez-vous simplement l'utiliser pour faciliter vos activités existantes à titre secondaire? Souhaitez-vous entrer en contact avec les jeunes aux niveaux primaire, secondaire et/ou tertiaire de la prévention? Souhaitez-vous vous adresser spécifiquement à un groupe de population, une région/un lieu, ou une culture, ou votre site s'adresse-t-il à une audience plus large? Souhaitez-vous fournir des informations, éduquer votre groupe cible, créer un réseau avec des spécialistes, ou faire connaître un service? De multiples possibilités existent.

Si, dès le début de votre projet sur l'Internet, vous disposez d'un objectif net et avez conscience de tous les moyens dont votre site Web facilitera ou compliquera votre programmation actuelle, les problèmes que vous pourriez rencontrer sur la route s'en trouveront atténués. (Pour plus de renseignements pertinents sur la planification des programmes, voir le Guide pour l'élaboration et l'amélioration de programmes participatifs de prévention de l'abus des drogues chez les jeunes, publié par le Réseau mondial de la jeunesse de l'Office des Nations Unies contre la drogue et le crime, qui peut être consulté sur http://www.unodc.org/youthnet/youthnet_action.html).

"L'Internet est une autoroute de l'information, un moyen d'exprimer des opinions et d'obtenir des informations que vous pouvez utiliser comme vous le souhaitez. L'Internet est ce que vous voulez qu'il soit!" Jen

Inclusion de votre groupe cible dans le processus de planification

Un groupe cible—autrement dit les personnes que vous souhaitez avoir comme principaux utilisateurs de votre site Web—peut être étendu ou très spécifique. Vous pouvez aussi avoir plus d'un groupe cible et/ou un groupe cible primaire et un groupe cible secondaire. Un groupe cible peut être défini de nombreuses manières différentes. Voici quelques catégories qui pourraient vous aider à définir votre groupe cible:

- Âge
- Niveau d'éducation
- Sexe
- Ethnicité (musique, langue, religion, etc.)
- Mode de vie (loisirs, sports, etc.)
- Type et/ou degré d'abus des drogues
- Profil d'utilisation (expérimentale, récréative, irrégulière, compulsive)
- Intérêts.

Après avoir défini les membres de votre groupe cible, vous devez les comprendre et comprendre la manière dont ils utilisent l'Internet. Souhaitent-ils simplement obtenir des informations ou souhaitent-ils pouvoir communiquer avec d'autres personnes? Quelle que soit l'importance projetée de votre groupe cible, recueillez auprès de ses membres autant de renseignements que possible avant de commencer à créer votre site Web. Mieux vous comprendrez votre groupe cible, plus il vous sera facile de disposer les informations dans le cadre de votre site d'une manière qui réponde à leurs besoins. (Pour plus de précisions sur l'harmonisation des besoins de la communauté avec vos propres besoins en tant que groupe, voir les sections pertinentes du Guide pour l'élaboration et l'amélioration de programmes participatifs de prévention de l'abus des drogues chez les

jeunes, publié par le Réseau mondial de la jeunesse de l'Office des Nations Unies contre la drogue et le crime, qui peut être consulté sur http://www.unodc.org/youthnet/youthnet_action.html).



Il existe de nombreux moyens d'entrer en contact avec votre groupe cible, afin d'établir quels sont leurs besoins en matière de prévention de l'abus des drogues. Vous pouvez utiliser des groupes de discussion ou des groupes de réflexion au moment du lancement de votre projet, lorsqu'il s'adresse à des groupes de jeunes déjà structurés. Des enquêtes peuvent aussi être utiles pour déterminer les besoins à l'intérieur de la communauté ciblée. Vérifiez les informations auxquelles vous avez accès au sein de votre organisation. Quelles mesures ont déjà été prises à l'intention de votre groupe cible? Par exemple, des évaluations des besoins ont-elles déjà été réalisées? Des études de marché indépendantes peuvent aussi être utiles, mais cela pourrait exiger plus de fonds que ceux dont vous disposez. L'inclusion de membres du groupe cible dans l'équipe chargée de créer votre site Web est un bon moyen d'être tenu au courant. Il vous appartiendra de décider de la méthode qui fonctionne le mieux, mais il est bon d'utiliser diverses techniques pour garantir que vous entrez en contact avec des membres très divers du groupe cible. Une fois établi, le maintien de ce contact avec votre groupe cible contribuera à déterminer l'évolution ultérieure.



Si vous espérez atteindre des groupes “à haut risque”, envisagez tout ce qui précède sous l'angle d'une personne quasiment marginalisée en raison de son niveau actuel de toxicomanie, parce qu'elle n'a pas accès à l'Internet, parce qu'elle utilise peu l'Internet, en raison de son statut socio-économique, etc. Ne vous leurrez pas au sujet de vos propres capacités ou de celles de votre audience cible.

Lorsque vous aurez choisi votre groupe cible et que vous comprendrez mieux les besoins et les désirs des personnes qui le composent, il vous faudra analyser les objectifs que vous avez retenus pour votre site Web. Ont-ils encore une utilité? Répondent-ils à un besoin réel de ce groupe cible? Il peut être utile de procéder à une analyse de situation là où les renseignements concernant votre groupe cible ont été rassemblés en les comparant à la place qu'occupent effectivement les drogues dans votre communauté. Écoutez les jeunes de votre groupe cible pour vous faire une idée des besoins réels et des moyens éventuels à utiliser pour y faire face. Assurez-vous toujours que tout objectif retenu est compatible avec le mandat actuel de votre organisation.

Votre site Web et votre organisation: relier les activités en différé et les activités en ligne

Il importe de ne pas perdre de vue votre organisation lorsque vous définissez l'objectif de votre projet, étant donné que votre initiative sur l'Internet n'ira pas très loin sans l'appui ou le soutien du groupe qui vous

chapeaute. Lorsque vous présentez votre idée de site Web, ne voyez pas votre site comme un effort distinct et isolé, mais comme un moyen d'amplifier vos activités existantes. Faites le point des activités auxquelles votre organisation participe actuellement et réfléchissez à la manière dont votre site Web pourrait améliorer les services déjà établis. Est-il possible de créer un élément d'appui avec votre site Web? Cette réflexion est importante, car elle peut vous aider à établir que votre site Web répond à un besoin réel aussi bien au niveau de la collectivité qu'au niveau de l'organisation.

Des organisations de santé publique ont souvent des ressources limitées en personnel et en argent : en vous raccordant de façon vitale à des services existants, vous n'améliorerez pas seulement votre produit en ligne, mais vous assurerez aussi sa longévité. Non seulement vous aiderez les activités déjà établies, mais vous accroîtrez le besoin structurel auquel répond votre site Web. Cela pourrait être utile sur le plan du financement aussi bien dans l'immédiat que par la suite.

Le raccordement aux activités du "monde réel" renforce également la motivation et l'énergie des individus. Bien souvent, des personnes créent en toute hâte un site Web qui n'est pas vraiment rattaché au reste de leur activité et n'ont ensuite ni le temps ni l'envie de maintenir ce qu'elles ont créé. Le site Web meurt en fait dès sa création. Si le site Web est raccordé à vos activités centrales, vous serez tenu de le maintenir, et il survivra donc.

Voici quelques moyens de raccorder votre site Web aux activités en différé de votre organisation:

- Utiliser le site Web pour promouvoir des campagnes logistiques en y incorporant des sigles, des messages de prévention et les dates et lieux de manifestations
- Accueillir des groupes d'appui en ligne pour coexister avec les groupes d'appui qui se réunissent dans vos locaux
- Raccorder les cours de formation en ligne sur la prévention avec les cours de formation existants qui sont assurés par des professionnels ou des bénévoles.

Calcul d'un budget raisonnable

Il est judicieux de vous familiariser avec votre budget, afin que vous connaissiez exactement la dimension du site que vous pouvez créer. Réfléchissez au contenu que vous souhaiteriez donner à votre site et analysez le coût éventuel de la numérisation des documents, etc. Souhaitez-vous vous concentrer sur la manière dont l'information est présentée, c'est-à-dire sur les graphiques et la présentation, ou plutôt sur le contenu effectif de votre site et le degré d'interactivité? Vos moyens financiers influeront sur ces décisions. Repérez toute éventuelle difficulté financière de façon à éviter que votre site ne soit sabordé à mi-parcours faute d'appui financier. Pensez à faire appel à un sponsor, mais sans perdre de vue que cela pourrait limiter le type d'informations figurant sur votre

site. La sponsorisation présente toutefois l'avantage de pouvoir accroître la crédibilité de votre site. C'est là quelque chose que vous devrez étudier. N'oubliez pas d'inclure les frais de maintenance et de commercialisation du site lorsque vous établissez votre budget!



Avec un peu d'imagination, des tas de possibilités sont à étudier. N'ayez pas peur de voir grand, mais attendez-vous à démarrer modestement, en particulier s'il s'agit de votre première expérience de la prévention en ligne. Apprenez à marcher avant d'apprendre à courir. Le Web est conçu pour évoluer—c'est un processus permanent—profitez-en! En démarrant modestement, vous serez en mesure de créer quelque chose en ligne plus rapidement et avec un investissement initial plus réduit. Vous pouvez alors voir si vous aimez avoir un site Web, obtenir les réactions d'autres personnes et décider de la suite. Ne soyez pas surpris si vos vues ambitieuses évoluent lorsque votre site Web aura été créé. Des possibilités nouvelles apparaîtront et des idées qui paraissaient claires à un moment donné pourraient devenir confuses et/ou inutiles, ou appeler des changements. Il est bon d'avoir un plan précis au début, mais n'oubliez pas que vous pouvez adapter vos objectifs à mesure que le site évolue et pensez à laisser une certaine marge pour la croissance.



(Vous trouverez des précisions sur l'établissement des budgets et des financements dans "Needs Assessment and Programme Planning: A hands on Training Module", que vous pouvez consulter sur http://www.unodc.org/Youthnet/youtnet_action.html).





Constitution de votre équipe

Lorsque vous aurez défini votre ou vos groupes cibles ainsi que le ou les objectifs de votre site Web, vous devrez choisir les personnes qui participeront à la création du site. Voici quelques personnes que vous souhaiterez peut-être avoir dans votre équipe: un responsable du Web/ technologue de l'information, un graphiste, un éditeur/rédacteur, un directeur de projet ou quelqu'un pour diriger l'ensemble de l'opération. Vous pourrez sans doute désigner à certains de ces postes des personnes appartenant à votre organisation et des bénévoles, mais vous devrez peut-être engager ou recruter du personnel extérieur.

Il importe d'analyser vos besoins, vos ambitions et les exigences de l'organisation en matière de personnel et de ressources disponibles. Si vous envisagez, par exemple, d'utiliser votre propre personnel ou des bénévoles pour créer votre site Web, cela suppose qu'ils ont les compétences nécessaires. Si vous utilisez le personnel et les bénévoles dont vous

disposez, cela est en règle générale moins coûteux et vous assure un plus large contrôle permanent de la conception du site Web. Toutefois, vos employés et vos bénévoles risquent de ne pas avoir les compétences dont vous avez besoin et avoir d'autres responsabilités, ce qui pourrait rallonger la durée de réalisation du projet. Si vous engagez un organisme extérieur ou un concepteur de site Web indépendant, vous pouvez choisir le niveau de qualification dont vous avez besoin et les délais que vous voulez, mais cela vous coûtera généralement plus cher. En recherchant dès le début de votre projet à établir un équilibre entre le degré de contrôle que vous souhaitez avoir et les compétences et moyens dont vous disposez, vous limiterez les sources de friction par la suite.

En incluant des jeunes de votre groupe cible dans l'équipe de votre site Web, vous garantirez qu'il sera approprié et qu'il atteindra le groupe cible auquel il est destiné. Ces jeunes peuvent veiller à ce que l'information soit présentée dans le langage qui convient, en utilisant des graphiques attrayants et le ton voulu. L'emploi d'une présentation et d'un langage appropriés et pertinents attire certes les utilisateurs, mais les fidélise aussi, et élargit encore la fréquentation du site. En faisant appel à des jeunes de votre groupe cible, vous encouragez la jeunesse à s'impliquer dans votre site Web, ce qui contribue à le rendre plus crédible, et donc plus viable. Les jeunes peuvent aussi participer à divers aspects du site Web autres que sa mise en place, comme l'évaluation et le marketing. C'est ainsi que les jeunes peuvent lui assurer une publicité automatique par le bouche à oreille.

Voici quelques-unes des tactiques pour intéresser les jeunes:

- Encourager leur participation au moyen de récompenses ou d'encouragements immédiats. Un bon moyen d'encourager les jeunes à assister à vos réunions et à offrir de travailler consiste à leur servir à manger
- Offrir aux participants des cours gratuits d'acquisition de compétences sous forme de cours de DJ, d'infographie et autres aspects de la technologie de l'information. Les cours proposés devraient être choisis en fonction de leur pertinence et de leur intérêt pour le groupe cible envisagé
- Organiser des compétitions pour obtenir des images pour votre site Web et/ou des concours d'écriture pour obtenir des articles intéressants
- Utiliser des personnes exerçant un ascendant sur les jeunes pour susciter de l'intérêt pour le projet dans les écoles, les centres de jeunesse et autres lieux où se réunissent les membres de votre groupe cible
- Faire animer par des jeunes des groupes de discussion avec d'autres jeunes appartenant à votre groupe cible pour définir les objectifs de votre site et les besoins de la communauté cible
- Mettre à profit des relations préalablement établies dans le cadre d'autres efforts et activités.

Considérations éthiques

Il importe que, d'emblée, vous énonciez ou définissiez les principes qui inspireront votre site Web. Ces principes ou valeurs devraient être énoncés clairement. Les personnes qui accèdent à votre site Web devraient être conscientes des vues de votre administration concernant les drogues, la toxicomanie, les programmes de réduction des risques et les efforts de prévention axés sur la jeunesse.



Lorsque vous créez votre site Web, ne perdez pas de vue l'influence que vous exercez sur votre groupe cible. L'information doit être traitée avec discernement et un sens élevé des responsabilités. La teneur de votre site doit être exacte; la fiabilité des informations doit être vérifiée à partir de plusieurs sources. Tous les aspects de votre site Web, et plus particulièrement les aspects interactifs, doivent garantir l'anonymat et la protection de la confidentialité. Les images doivent être utilisées avec une autorisation ou être légèrement brouillées afin de protéger l'identité des personnes. Les utilisateurs doivent être informés de ce qu'il est possible de faire avec les éléments d'information qu'ils ajoutent à votre site, par le biais, par exemple, de forums de discussion ou de systèmes d'inscription. Il est raisonnable d'afficher sur votre site un déni de responsabilité pour votre propre protection, celle de votre organisation et de vos usagers. Les questions de droits d'auteur devraient être indiquées clairement, par exemple "Les renseignements affichés sur ce panneau peuvent/ne peuvent pas être utilisés pour des publications/recherches sans l'autorisation de l'organisation/des intéressés". Cette formule est claire et va droit au but.





Étant donné que le thème de votre site est assez sensible, en particulier dans certaines situations politiques, pensez à analyser les aspects éthiques des données d'information et des possibilités que vous souhaitez offrir en ligne. Par exemple, êtes-vous en mesure d'aider quelqu'un, même si vous devez renoncer à l'anonymat pour le faire? Comment traiterez-vous des sujets qui risquent d'être délicats, comme des messages favorables aux drogues apparaissant dans les zones de discussion? Toutes ces questions, parmi d'autres, doivent être réglées avant de vous mettre en ligne. Les directives que vous élaborerez doivent être clairement indiquées aux utilisateurs de votre site Web.

Cela dit, toutefois, lorsque vous créez un site Web pour la première fois, vous ne pouvez pas connaître toutes les règles et les directives dont vous aurez besoin. C'est ainsi que, tout en pouvant prévoir le genre de discussions que les utilisateurs auront sur votre site Web, vous ne saurez pas exactement ce dont vos utilisateurs discuteront avant que votre site Web ne soit opérationnel. Après avoir arrêté un ensemble de principes directeurs, vous devrez les réviser lorsque votre site aura été lancé. Il serait peut-être utile, par la suite, de réfléchir à toutes les possibilités auxquelles vous pourriez avoir à faire face, mais des situations nouvelles se présenteront avec le mûrissement de votre site Web. Toutefois, certaines

règles fondamentales des forums de discussion interdisent toutes les formes de commentaires sexistes ou racistes. Un aspect du site Web de prévention qui devra être examiné avec soin est la question de savoir dans quelle mesure vous autoriserez des jeunes à parler des drogues en termes favorables.

"C'est une question compliquée!", a reconnu notre équipe de jeunes.

Création du site Web

Aspects techniques

Il existe des masses de ressources disponibles en ligne pour ceux d'entre vous qui ne sont pas très calés sur le plan technologique. Ces ressources seront particulièrement utiles si vous envisagez de créer effectivement votre site. Vous trouverez une liste de certains de ces sites Web dans l'index du présent manuel. Les logiciels qui vous aideront à créer votre site sont d'un accès facile, certains peuvent même être obtenus gratuitement, mais vous devrez faire un certain travail de recherche. Il vous faudra procéder par tâtonnement pour trouver le logiciel qui vous convient.

Vous aurez aussi besoin d'avoir un fournisseur d'accès à l'Internet (FAI). C'est là que votre site sera situé et raccordé à l'Internet. Cela s'appelle aussi l'hébergement d'un site Web. Si votre organisation dispose déjà d'un site Web, vous n'avez sans doute rien d'autre à faire. Si votre organisation dispose d'une messagerie électronique, vous constaterez peut-être que l'hébergement d'un petit site Web fait partie de ce service ou peut être obtenu en payant un supplément. Si tel n'est pas le cas, vous devrez vous renseigner. Vous pouvez utiliser la liste qui figure dans l'index du présent manuel et/ou demander aux organisations que vous connaissez qui est leur fournisseur d'accès à l'Internet. N'oubliez pas de leur demander si elles en sont satisfaites. Bon nombre de ces fournisseurs hébergent des sites Web moyennant une redevance mensuelle ou annuelle.

Créer un nom de domaine (adresse Internet) pour votre site Web

Vous devrez réfléchir à la création d'un nom de domaine pour votre site Web. Un nom de domaine est le nom particulier que vous donnez à votre site Web. Par exemple, unodc.org/youthnet est le nom de domaine particulier pour le Réseau mondial de la jeunesse de l'Office des Nations Unies contre la drogue et le crime. Vous aurez peut-être besoin de faire preuve d'un esprit quelque peu inventif pour trouver un nom qui ne soit pas déjà utilisé. Le mieux est d'avoir une liste de noms possibles, opération à laquelle vous pouvez faire participer des jeunes de votre groupe cible.

Les noms de domaine s'achètent, ce que vous pouvez faire par l'intermédiaire de votre FAI ou en passant par un service d'enregistrement agréé. La liste donnée à la fin du présent manuel vous donne des renseignements sur la manière de trouver un service d'enregistrement dans votre pays. Il vous faudra vérifier dans votre propre pays les règles et normes d'inscription de votre nom de domaine, car elles peuvent varier. Un nom de domaine peut vous aider à constituer et à garder votre parc d'utilisateurs. Il doit être court, adapté à votre projet et d'une orthographe facile. Si vos utilisateurs essayaient de deviner votre nom de domaine, que choisiraient-ils? Il faut que vos utilisateurs puissent vous trouver facilement.



Avoir votre propre nom de domaine présente un autre avantage, qui est de donner à votre FAI la possibilité de créer pour vous des adresses électroniques personnalisées. C'est ainsi que sur www.cyberisle.org vous pouvez adresser un message électronique au responsable du site Web en indiquant ici votre nom @cyberisle.org.

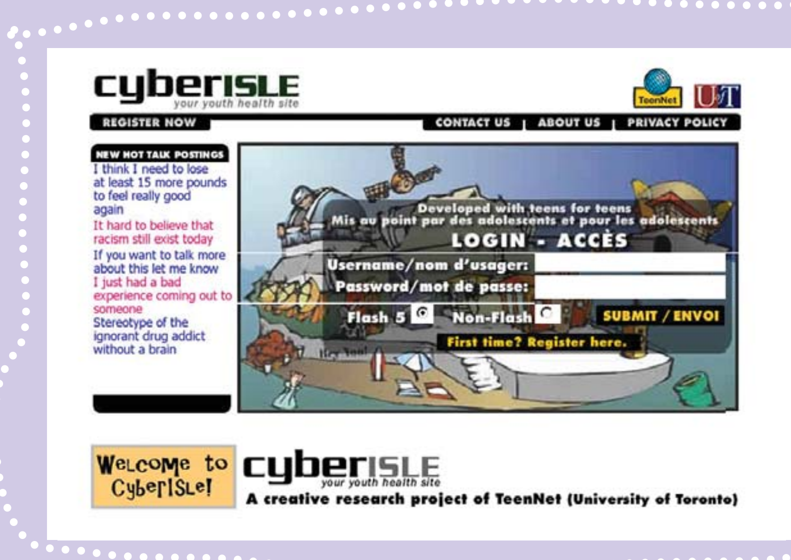


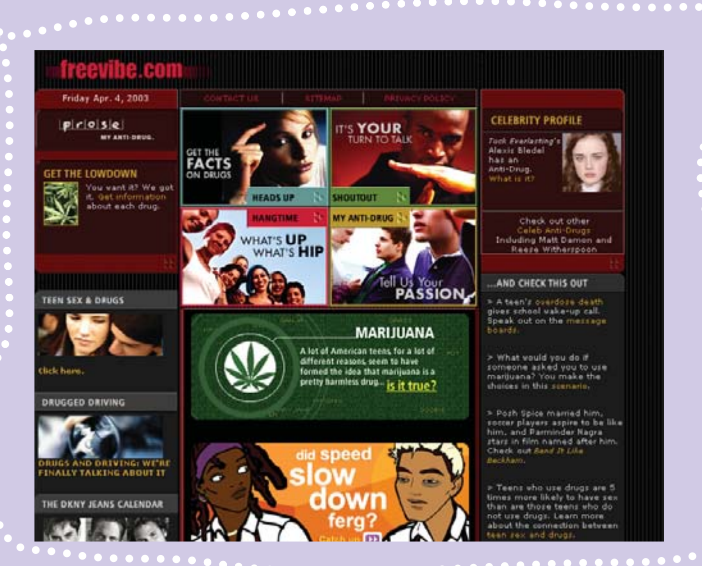
Conception

Décider de la présentation et de l'aspect général de votre site Web peut être très amusant. Dans le cadre de la conception de votre site Web, il vous faudra choisir un aspect général, décider de la présentation du contenu et choisir un système d'exploration. Ce dernier élément est très important, car il définit la manière dont vos utilisateurs se déplaceront sur votre site pour y trouver des informations pertinentes. Votre système d'exploration doit être clair et d'un emploi facile. Les déplacements sur votre site doivent se faire d'une manière rapide et intuitive.



Pour avoir une idée de la conception de votre site Web, vérifier ce qui se passe actuellement en ligne. Cela ne fait pas de mal de s'informer de la concurrence et de voir quels sont les messages actuellement adressés à la





jeunesse et la manière dont ces messages sont transmis. Vous pouvez aussi prendre contact avec d'autres sites Web de prévention pour établir quels sont les éléments interactifs qui fonctionnent et avec quels groupes cibles. Cela peut vous permettre de faire des économies à la fois de temps et d'argent.

Pour créer une image visuelle de vos plans, créez une maquette de votre site et des diverses pages qu'il comportera avec du papier et un stylo. Cela vous aidera à repérer les lacunes et les sources de problèmes éventuels. En dessinant votre site Web tel qu'il se présentera en ligne, vous serez en mesure de déterminer comment les différents éléments de son contenu devraient être raccordés. Vous pouvez, à partir de là, décider du système d'exploration de votre site Web. Là encore, vérifiez "la concurrence" et voyez ce qui fonctionne (ou ne fonctionne pas) dans leur cas. Cela pourrait vous donner de nouvelles idées à essayer.

Les graphiques représentent un élément important de votre site et peuvent être la première chose avec laquelle votre utilisateur entrera en contact. N'oubliez pas de leur donner un aspect amusant! Les illustrations de drogues intéressent les jeunes, de même que les illustrations en rapport avec la culture de la jeunesse, mais elles sont à utiliser avec prudence. Montrer à quoi ressemble une drogue est une chose, mais montrer des personnes en train de les utiliser est tout à fait autre chose! Les sites Web qui comportent des tas d'images et/ou de grandes images prennent plus longtemps à télécharger, et votre utilisateur peut ne pas avoir la patience de le faire. L'inclusion du son et du mouvement sur un site est un bon moyen d'attirer du monde, mais peut être préjudiciable si son utilisation d'ensemble s'en trouve perturbée. Il pourrait aussi être utile d'envisager de produire deux ou trois versions de votre site à l'intention d'audiences ayant des capacités techniques distinctes, par exemple vous pourriez avoir une version textuelle, une version sans fenêtres et une version flash ou html.

Les emblèmes sont un excellent moyen d'exprimer votre image, tout en donnant aux utilisateurs un moyen facile de se rappeler votre site Web. Ils doivent être simples, ne pas essayer d'exprimer trop d'idées à la fois. Si l'emblème ne comporte aucun mot, utilisez en même temps le nom de votre organisation pour être sûrs que vos utilisateurs savent qui vous êtes. Une autre idée à envisager est d'avoir une mascotte. Cela peut fonctionner particulièrement bien avec les groupes cibles les plus jeunes. L'essentiel est de vous assurer que votre emblème ou votre mascotte correspondent bien à vos activités.



Encore quelques observations au sujet de la présentation

La simplicité de mouvement est le secret d'un bon site, qui devrait être facile à parcourir et à comprendre par votre groupe cible. Voici quelques-uns des principaux points à prendre en considération, ainsi que la manière de les traduire dans la pratique:



- **Utiliser une barre d'exploration.**
  Clairement visible sur chaque page, cette barre devrait utiliser des termes/images clés en rapport avec le site
- **Insérer une table des matières dans les différentes sous-sections.**
  Sous forme de menus surgissant avec chacun des mots clés de navigation
- **Utiliser une présentation uniforme pour toutes les pages.**
  Mêmes caractères, illustrations/graphiques, couleurs uniformes
- **Indiquer à tout moment aux utilisateurs l'endroit où ils se trouvent sur le site.**
  Codage couleur pour les pages/thèmes, mouvement donné par la barre d'exploration, pour indiquer les différents niveaux à l'intérieur du site
- **Indiquer d'emblée aux utilisateurs quelles sont les options disponibles sur le site.**
  Affichage clair au moyen de la barre d'exploration



Conseils pour une conception réussie

Faites simple, soyez concis, organisez votre contenu, connaissez votre audience, soyez convivial, interactif et visuellement attrayant, incitez les utilisateurs à revenir, restez d'actualité, pertinent, accessible et cohérent.

Éléments clés à envisager

Utilisez des éléments graphiques avec cohérence, répétez les aspects clés, envisagez l'accessibilité, utilisez la couleur de manière raisonnable, créez un équilibre, garantissez un flux régulier de l'information, demandez-vous en permanence si cela peut retenir l'attention de votre nouveau groupe cible.

- **Prévoir un renvoi au début du texte en bas de chaque page, ou partout dans le texte si celui-ci est très long**
- **Prévoir un renvoi au début du texte sur toutes les pages**
  Des images ou des textes analogues sont ainsi faciles à localiser.

Penser aux plans d'agrandissement quand vous démarrez. Ne créez pas un site Web que vous ne pourrez pas développer, en ajoutant, par exemple, de nouvelles sections et de nouveaux thèmes. Par ailleurs, évitez de consacrer trop d'argent à la conception de votre site, au point de vous empêcher d'en actualiser la présentation deux années plus tard. Des informations à jour et un aspect rajeuni maintiendront l'attrait de votre site Web pour ses utilisateurs. Si vous ne pouvez pas vous permettre de rajeunir l'aspect de l'ensemble de votre site Web, envisagez de le faire pour certaines sections. Les pages qu'il est très utile de modifier vous apparaîtront clairement lorsque votre site sera lancé.

Brève liste de contrôle pour la qualité de la conception

Je peux facilement savoir à qui appartient le site.	Oui/non.
Le propriétaire du site peut être contacté.	Oui/non.
Je peux accéder à l'ensemble du site sans faire d'erreurs.	Oui/non.
Le site a un aspect homogène ou un “style maison”.	Oui/non.
Je peux facilement trouver ce que je cherche sur le site.	Oui/non.
Les graphiques et les images sont utiles.	Oui/non.
Le chargement du site se fait rapidement.	Oui/non.
Je peux facilement savoir où je suis sur le site à tout moment.	Oui/non.

Information/ contenu

Où chercher?

L'information peut provenir de diverses sources, correspondre à différents points de vue et utiliser différentes formes d'expression. En fonction de votre objectif, pensez à recueillir des informations qui correspondent à votre propre point de vue parmi la multitude des autres sites Web de prévention. Y a-t-il, à votre avis, des informations qui sont actuellement difficiles à trouver en ligne au sein de votre collectivité? Cela pourrait être un excellent point de départ et créer instantanément un besoin pour vos services en ligne.

Voici quelques sources où vous pourriez chercher votre contenu:

- Autres sites Web, en particulier ceux qui appartiennent à d'autres organisations qui œuvrent dans le domaine de la drogue
- Livres, bulletins universitaires et autres documents publiés
- Personnes au sein de votre organisation, spécialistes de la prévention et de la recherche

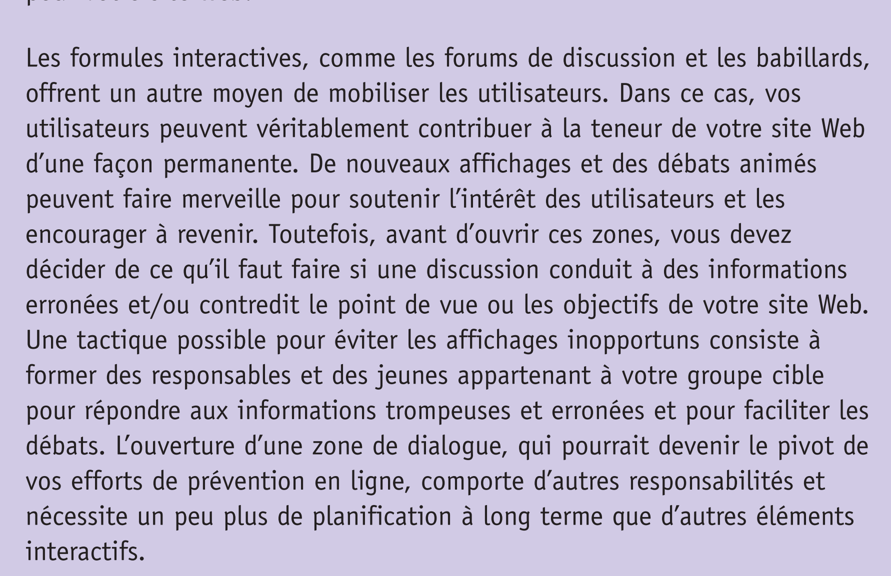
- Magazines pour la jeunesse, journaux, articles actuels présentant un intérêt
- Jeunes, leur entourage, membres des groupes qu’ils fréquentent
- Jeunes bénévoles, personnes qui travaillent avec des jeunes
- Services de police, membres du système judiciaire
- Agents de l’État
- Agents sanitaires, médecins, travailleurs sociaux
- Autres babillards sur des sites Web
- Autres foires aux questions (FAQ) sur des sites Web
- Organisations commerciales.



Apport de vos utilisateurs

L’un des meilleurs moyens de vous assurer que votre site Web est en prise avec le groupe cible proposé consiste à y inclure des informations et des éléments qui en proviennent directement. Les utilisateurs peuvent fournir des illustrations, des observations et/ou des anecdotes concernant leurs propres expériences qui trouveront probablement un plus large écho auprès de votre audience cible qu’une description de seconde main. L’une des hypothèses de base dans le travail entre pairs est que les jeunes sont en principe plus disposés à croire d’autres jeunes. Sachez mettre cela à profit pour votre site Web!





Les formules interactives, comme les forums de discussion et les babillards, offrent un autre moyen de mobiliser les utilisateurs. Dans ce cas, vos utilisateurs peuvent véritablement contribuer à la teneur de votre site Web d’une façon permanente. De nouveaux affichages et des débats animés peuvent faire merveille pour soutenir l’intérêt des utilisateurs et les encourager à revenir. Toutefois, avant d’ouvrir ces zones, vous devez décider de ce qu’il faut faire si une discussion conduit à des informations erronées et/ou contredit le point de vue ou les objectifs de votre site Web. Une tactique possible pour éviter les affichages inopportuns consiste à former des responsables et des jeunes appartenant à votre groupe cible pour répondre aux informations trompeuses et erronées et pour faciliter les débats. L’ouverture d’une zone de dialogue, qui pourrait devenir le pivot de vos efforts de prévention en ligne, comporte d’autres responsabilités et nécessite un peu plus de planification à long terme que d’autres éléments interactifs.



“Un réseau électronique mondial qui permet de partager et de communiquer toutes sortes de renseignements.” Bart

Sensibiliser une plus large audience

Les informations données sur votre site n'ont pas à être limitées aux drogues et aux jeunes. L'inclusion d'informations destinées aux parents, aux professeurs et à d'autres membres de votre communauté présente de multiples avantages et peut contribuer à créer des ponts entre différents groupes sociaux. En fournissant des informations au sujet des concerts, des manifestations, des activités sociales et culturelles et d'autres questions qui intéressent les jeunes, vous pourrez rallonger le temps que les utilisateurs passent sur votre site. Cela peut à son tour accroître leurs chances d'assimiler les considérations de prévention et de communiquer l'adresse du site à leurs pairs/amis. Si la langue n'est pas un obstacle, vous pouvez aussi essayer de mettre en contact les jeunes de votre région avec des jeunes et des manifestations de jeunes dans le monde entier pour créer une perspective plus universelle.

Quelques conseils d'écriture sur le Web

N'oubliez pas que la lecture d'un site Web n'est pas comme la lecture d'un livre ou d'une brochure sur papier. Les yeux se fatiguent et la patience peut être limitée. Divisez les gros documents, en essayant de vous en tenir à des messages brefs et pertinents. Les gros points noirs peuvent être utiles pour accentuer. Imaginez vos utilisateurs "balayant" l'information. Quels sont les principaux points que vous voulez leur transmettre? Ils devraient vous servir d'idées forces ou de termes clés. Des titres courts sont plus faciles à suivre pour les utilisateurs lorsqu'ils se trouvent à l'intérieur de votre site, et rendent aussi l'information plus facile à mémoriser lorsqu'ils l'ont quitté. Maintenez un accès facile à l'information pour les utilisateurs qui auraient des questions ou souhaiteraient en savoir plus. Cela ajoute aussi à la crédibilité de votre site.

Examiner tout le contenu de près

Il est important de ne pas perdre de vue que l'information n'est pas toujours bonne. Vous devriez en examiner le contenu avec soin avant de la publier sur votre site. Tous les éléments d'information qui apparaissent sur votre site devraient être évalués par des membres de votre équipe.

L'évaluation des documents et d'autres sites Web que vous songez à incorporer dans votre site Web au moyen d'une liste de contrôle peut contribuer à garantir que l'information utilisée correspond aux objectifs de votre site et à la qualité de son contenu. Lorsque vous envisagez d'ajouter à votre site un nouvel élément d'information, il peut être utile d'adopter une présentation systématique pour analyser l'information. En cas de rejet de certains éléments, garder les évaluations pour les utiliser éventuellement par la suite, ou garder au moins une trace de ce qui a déjà été examiné. Au début, lorsque le site est modeste, cela pourrait ne pas sembler très important, mais, à mesure que votre site se développe, il est astucieux de

surveiller les apports possibles: cela fait gagner du temps et peut servir à créer une précieuse réserve de personnes à contacter.

Voici une liste de contrôle de certaines des choses essentielles à surveiller lorsque vous évaluez le contenu (à la fois liens et documents) de votre site.



- Auteur
- Objectif du site/de l'information
- Portée du site/de l'information
- Contenu
- Présentation
- Recommandation
- Pourquoi l'utiliser ou ne pas l'utiliser?



Utiliser votre liste de contrôle en tenant compte des considérations suivantes. Analyser la source. Quel est votre degré de proximité avec la source? Votre propre équipe, organisation extérieure, médias locaux, ou un membre de la collectivité? Quel en est le degré de fiabilité? Comment l'information se situe-t-elle par rapport à d'autres informations sur la question? Quand l'information a-t-elle été écrite? Est-elle valable et à jour? L'information s'appuie-t-elle sur des données qualitatives ou quantitatives? Le style et le langage utilisés sont-ils appropriés pour le thème de vos autres pages? Plus la source est proche de vous, plus vous serez en mesure d'en vérifier la fiabilité, étant donné qu'il sera plus facile d'obtenir des réponses à vos questions. Nous ne pouvons, toutefois, pas être experts dans tous les domaines; utilisez vos ressources au sein de la collectivité pour obtenir des opinions spécialisées. Cela fait beaucoup de choses auxquelles penser, mais, en fin de compte, vous économiserez ainsi du temps et de l'argent au moment de la mise en forme du site.



Vérification
de la qualité d'ensemble

Lorsque vous analysez votre site Web dans son ensemble, gardez les questions ci-après présentes à l'esprit, afin de faire en sorte que le matériel utilisé et sa présentation répondent à vos normes et à vos critères.

- L'information présentée sur le site est-elle utile?
- L'information est-elle facile à comprendre?
- L'objectif du site Web est-il explicite?
- L'information paraît-elle fiable et correcte?
- L'information a-t-elle été écrite par des personnes qualifiées? Puis-je vérifier leurs qualifications?
- Le site offre-t-il des liens utiles avec d'autres sites de qualité?
- Les règles de confidentialité du site sont-elles clairement définies?

Bien évidemment, vous-même ou l'administrateur du site devrez continuer à vous poser ces questions en permanence lorsque vous ferez le point de votre action, mais il est aussi important de consulter d'autres parties prenantes. C'est ainsi que vous devrez sans doute obtenir les observations de toute organisation qui a apporté son appui financier au site, vous devrez aussi essayer d'obtenir les réactions des agents de l'État si vous devez collaborer avec eux à un certain niveau. Il sera aussi utile d'obtenir l'avis de spécialistes du domaine de la prévention et d'autres domaines pour disposer d'une perspective différente.

Leur temps étant parfois compté, il est difficile d'obtenir des éléments d'information d'agents de l'État et de spécialistes, et vous devrez donc procéder à une planification préparatoire. Les enquêtes de dernière minute risquent de ne pas donner beaucoup de résultats. Vous devrez aussi remettre en question la fiabilité des personnes que vous interrogez. Ont-elles une bonne réputation? Partagent-elles votre conception des choses? Avant de diffuser des analyses, recherchez des spécialistes crédibles qui partagent votre point de vue. Néanmoins, même si vous ne partagez pas les opinions qui vous parviennent, elles vous permettront peut-être de présenter plusieurs points de vue, offrant ainsi une perspective plus équilibrée à vos utilisateurs.

Voici quelques-unes des questions à poser aux spécialistes:

- L'information est-elle exacte et vérifiable?
- L'information va-t-elle dans le sens du principal message du site?
- L'information offre-t-elle une image complète ou partielle?
- Quelle est la réaction/l'effet attendu de l'information?
- Le site est-il adapté à l'âge de votre groupe cible?

Il va sans dire qu'il est extrêmement important que vous sachiez comment votre groupe cible réagit à votre action. Voici quelques-unes des choses que vous pourriez apprendre d'eux:

- L'objectif du site Web est-il clair?
- L'information semble-t-elle fiable et précise?
- L'information est-elle plausible?
- Quelle est la nature de l'impact de l'information?
- Le site indique-t-il clairement l'origine de son contenu?
- Le site fournit-il les renseignements détaillés que recherche l'utilisateur?
- Les liens sont-ils utiles?
- Le site répond-il aux besoins de santé des utilisateurs?
- Le site traite-t-il les utilisateurs avec respect? (sans être trop moralisateur)
- Le site offre-t-il des options au lieu de dire ce qu'il faut faire?
- Le site fournit-il des "outils" pour faciliter la prise de décision?

- Le recours au site encourage-t-il les utilisateurs à réfléchir à leurs valeurs et à leurs croyances?
- Le site aide-t-il les usagers à prendre leurs propres décisions et à faire leurs propres choix?
- Le site offre-t-il à l'utilisateur la possibilité de contacter d'autres adolescents?



Il est bien évident que toutes les questions ci-dessus doivent être formulées en fonction de votre audience cible et doivent être posées en ayant recours aux méthodes appropriées. Par exemple, vous souhaiterez peut-être utiliser des entretiens en tête-à-tête lorsque l'audience se compose d'éléments très jeunes. Les listes de contrôle ci-dessus ont été adaptées du formulaire d'évaluation du site Web qui correspond au projet de recherche TeenNet (www.teennetproject.org).





Intégration de la qualité dans votre site Web

L'intégration de la qualité dans votre site Web dès le début contribue à fixer des normes qui peuvent orienter l'expansion de votre site. Cela peut être facilité, ainsi qu'il a déjà été indiqué, en établissant des protocoles sur la manière dont le contenu doit être incorporé à votre site. Il importe, par exemple, d'indiquer clairement l'identité de la personne qui a créé le site et de permettre un accès facile à toutes les instructions sur la protection de la vie privée et de la confidentialité. Tout matériel doit être accompagné de la date de sa création et/ou de sa dernière mise à jour. Assurez-vous que vos liens fonctionnent. C'est là une chose extrêmement facile à faire, mais qui peut ôter de la crédibilité à votre site si elle n'est pas faite avec précision.



Décider des moyens d'appréciation à inclure dans votre site. Les adresses électroniques, les numéros de téléphone et les adresses des organisations devraient être clairement indiqués, de façon que les utilisateurs puissent faire part de leurs réactions et prendre contact au besoin. Elaborer un protocole ou des directives pour répondre aux réactions des utilisateurs. Répondre rapidement aux messages courriel reçus. Mettez cela à profit pour faire savoir aux utilisateurs que vous vous occupez activement du site et que vous êtes là pour eux.

Envisager d'inclure diverses mesures de sécurité pour neutraliser le piratage et des coupe-feu pour vos programmateurs et votre fournisseur d'accès à l'Internet (FAI). Cela est particulièrement important si vous assurez des services de conseil en ligne ou d'autres formes d'interaction confidentielle avec vos clients. Si vous découvrez, après avoir mis en place ce type de services, que votre système ne répond pas aux normes de confidentialité, cela portera atteinte à votre crédibilité, mais aura aussi des incidences juridiques à la fois pour vous-même et pour l'organisation que vous représentez.

Évaluation

L'évaluation de votre site Web peut se faire à de nombreux niveaux et devrait intervenir à la fois au cours de la mise en place de votre site Web et après son lancement. L'évaluation vous aidera à déterminer l'efficacité avec laquelle votre site Web atteint votre groupe cible, si vous avez réalisé les buts et objectifs que vous vous étiez fixés et ce qu'il reste à faire. Si vous souhaitez suivre l'évolution de votre site Web au niveau de la collectivité, élargissez ce processus aux parents, aux enseignants et à d'autres spécialistes.

Méthodes d'évaluation

Pour réussir, un site Web viable comporte deux aspects qui doivent être mis à l'essai et analysés. Le premier est son utilité—le site est-il effectivement utilisé et, dans l'affirmative, l'est-il de la manière que vous souhaitiez et contient-il l'information recherchée par l'utilisateur?

Diverses méthodes en ligne et en tête-à-tête peuvent être utilisées pour évaluer ces aspects, parmi d'autres, de votre site Web, par exemple des groupes de discussion, des enquêtes structurées sur papier et en ligne portant sur votre groupe cible et/ou des statistiques internes sur le Web. Voici quelques suggestions pour l'évaluation de son utilité:

- Obtenir des appréciations par courriel ou au moyen d'enquêtes en ligne
- Interroger le ou les groupes cibles au sujet de la pertinence, de la construction, de l'accessibilité et autres aspects du site Web
- Interroger le ou les groupes cibles au sujet de leurs connaissances et de leur opinion du site Web
- Vérifier le nombre de visites sur le site Web
- Vérifier le nombre d'affichages dans les zones de discussion ou autres zones interactives
- Vérifier le nombre de visites successives
- Vérifier le temps que les utilisateurs passent à l'intérieur du site Web
- Vérifier les zones du site Web les plus et/ou les moins fréquentées par les utilisateurs
- Vérifier le niveau des connaissances sur les forums de discussion
- Analyser la teneur des messages affichés sur le babillard et d'autres zones interactives
- Analyser le processus d'orientation: les personnes utilisent-elles votre site Web pour se renseigner au sujet des services offerts?
- Analyser le nombre de demandes de mise en réseau émanant d'autres organisations
- Examiner les demandes de participation à votre programme émanant de jeunes.

Des enquêtes, au sujet de discussions et autres utiles méthodes de suivi peuvent souvent être empruntées à d'autres organisations et sites Web. Cela peut vous économiser beaucoup de temps et d'argent, mais ne perdez

pas de vue les questions de droits d'auteur lorsque vous utilisez les outils d'évaluation d'une autre organisation. Votre FAI devrait pouvoir vous informer au sujet de l'utilisation de votre site, à savoir le nombre de visites effectuées, le nombre de dossiers téléchargés, l'utilisation d'éléments interactifs et les voies d'accès efficaces. Il existe des programmes statistiques plus sophistiqués ou des systèmes de suivi extérieurs pour analyser les statistiques du Web, mais ils peuvent être coûteux.



Test et motifs d'utilisation

Le second aspect est son utilisation—la conception et la teneur du site correspondent-elles aux besoins et aux attentes des utilisateurs? L'utilisateur peut-il utiliser au mieux les diverses fonctions de votre site? Les tests d'utilisation devraient être effectués à différents stades du processus d'élaboration du site Web. Vous ne voudrez pas attendre que votre site Web soit terminé avant d'apprendre que vos utilisateurs cibles/ne comprennent pas le système de navigation ou ne peuvent pas utiliser les éléments interactifs. Cela prend généralement moins de temps et d'argent de corriger les problèmes pendant la mise au point d'un site Web plutôt que lorsqu'il est terminé.





L'utilisation peut être testée en fonction de cinq caractéristiques distinctes:

1. **Facilité d'apprentissage:** combien de temps faut-il à un utilisateur qui n'a jamais eu accès à votre site pour apprendre les tâches essentielles avant de pouvoir utilement explorer les diverses pages et les divers outils?
2. **Efficacité d'emploi:** combien de temps faut-il pour utiliser les options offertes par votre site (tests d'auto-assistance, par exemple)?
3. **Mémorisation:** l'utilisateur se souvient-il de la manière d'utiliser le site avec efficacité quand il y revient?
4. **Fréquence et gravité des erreurs:** avec quelle fréquence les utilisateurs font-ils des erreurs à l'intérieur du site et leur est-il facile d'y remédier?
5. **Satisfaction des utilisateurs:** quel est le degré d'attachement de l'utilisateur à votre site?



Ces différents critères peuvent être vérifiés par l'intermédiaire de groupes contrôlés choisis parmi votre audience cible en utilisant bon nombre des schémas énumérés dans la section précédente. Amenez-les, montrez-leur le site Web et observez ce qu'ils peuvent en faire sans instructions. Combien de temps leur faut-il pour apprendre l'enchaînement des pages? Ont-ils la patience de procéder aux essais d'aptitudes personnelles, aux enquêtes, etc.? Avec quelle fréquence les utilisateurs restent-ils bloqués sur certaines pages? Où se trouvent les points névralgiques? Ces groupes d'essais peuvent et doivent avoir lieu plus d'une fois. Le site Web devient-il plus facile pour les utilisateurs qui y reviennent? Semblent-ils satisfaits lorsqu'ils se trouvent à l'intérieur du site Web? Le site soutient-il leur intérêt? En fonction du degré d'interactivité de votre site, certains de ces critères pourraient ne pas être nécessaires, mais il importe de les garder tous présents à l'esprit dans une certaine mesure. Indépendamment de la

teneur de votre site, ces critères fourniront de précieux renseignements au sujet de la conception et de la structure de vos pages.

Autres sources d'appréciation à ajouter à votre évaluation d'ensemble

Il existe bien d'autres sources d'appréciation qui peuvent être utiles pour votre processus d'évaluation. Procédez à des analyses, des enquêtes ou des entretiens face-à-face avec des membres de la collectivité extérieurs à votre ou vos groupes cibles. Des agents de l'Etat et des spécialistes peuvent vous renseigner au sujet de l'image que la collectivité a de votre site Web et de l'existence éventuelle d'idées fausses dans vos services. Analysez le site Web avec du personnel interne et des bénévoles pour vous assurer que votre site répond toujours aux directives de l'organisation, tout en faisant connaître le site Web à une plus large audience. Analysez les exemples de réussite que vous communique votre ou vos groupes cibles afin de mesurer l'impact de votre site Web sur ses utilisateurs. Cela peut être facilité par des questionnaires analogues à ceux proposés dans la section "Qualité".

Suivez et notez la publicité dont votre site Web bénéficie dans les médias, mais méfiez-vous des effets à sensation. Cela peut vous fournir de nouvelles indications sur la manière dont votre site Web est perçu par le public ou influe sur des problèmes au sein de votre collectivité. Cela peut aussi faire naître des idées de commercialisation et de nouveaux thèmes à ajouter éventuellement à votre site.

Si possible, faites participer les jeunes de votre groupe cible à la réalisation des évaluations de votre site Web. Ces jeunes peuvent, par exemple, recueillir des appréciations en ligne en analysant la correspondance électronique et les enquêtes en ligne, ou se rendre sur le terrain pour interroger leurs pairs au sujet de l'utilisation et de l'intérêt de votre site. La participation des jeunes ne vous offre pas seulement la possibilité de former des animateurs de jeunes, mais fait aussi ressortir les aspects éducatifs de votre site pour la communauté ciblée. Plus les jeunes sont amenés à participer, plus ils ont la possibilité de s'informer au sujet de la prévention de l'abus des drogues.

Suivi permanent

L'évaluation d'un site Web est un processus permanent qui ne prend pas fin avec son lancement. À certains stades, pendant la durée de vie de votre site (par exemple, lorsque vous envisagez de le remanier ou lorsque vous y ajoutez de nouvelles sections), vous souhaiterez procéder à des évaluations structurées au moyen des méthodes dont il a été question plus haut. Entre ces stades, il est utile de recueillir un suivi continu auprès de vos utilisateurs. L'analyse de ces données vous aidera à cerner les problèmes et à trouver des idées d'expansion pour l'avenir.

Les méthodes d'évaluation en continu ne sont pas nécessairement complexes. Vous pouvez, par exemple, recueillir des appréciations en permanence en ajoutant un formulaire d'appréciation à votre site Web, en fournissant une adresse électronique à cette fin, en demandant aux nouveaux bénévoles et aux nouveaux clients s'ils ont entendu parler de votre organisation par le biais de votre site Web et en suivant les interactions qui interviennent sur le site lui-même (zones de discussion, services de conseils, etc.). Les statistiques des visites sur le site devraient aussi être analysées à intervalles réguliers. C'est ainsi que, s'il ressort de vos statistiques qu'une zone de votre site est particulièrement appréciée, vous pourriez entreprendre d'utiliser cette zone pour promouvoir des éléments qui ont moins de succès.



Principaux avantages de l'évaluation de votre site

- Permet de localiser les lacunes du contenu et de la navigation
- Signale les modifications à apporter
- Permet de cerner de nouvelles possibilités de développement
- Met en lumière ce qui fonctionne dans votre stratégie de commercialisation
- Vous informe au sujet de votre groupe cible
- Contribue à définir les orientations futures de votre site
- Fournit des précisions au sujet des rapports et/ou des propositions de financement.





Commercialisation
de votre site Web

Lorsque vous aurez créé votre site Web, vous aurez besoin d'un plan de commercialisation sous une forme ou sous une autre. Un plan de commercialisation n'entraîne pas nécessairement d'énormes dépenses. Votre objectif devrait consister à accroître avec le temps le nombre de visiteurs et le volume d'activités.

Commercialisation en ligne

Voici quelques bons tuyaux pour accroître la fréquentation de votre site: inscription auprès de moteurs et de répertoires de recherche, création d'un bulletin en ligne pour ramener les utilisateurs à intervalles réguliers, valorisation de votre site Web par le biais de forums de discussion et de fenêtres de dialogue sur d'autres sites Web et études des possibilités publicitaires sur la page d'accueil. Lorsque vous adhérez à des moteurs de recherche, utilisez divers mots ou expressions clés qui rappellent le thème de votre site Web afin d'améliorer les chances d'atteindre les utilisateurs ciblés. Inviter d'autres sites analogues au vôtre à se connecter. Des éléments

amusants et interactifs dans votre site, cartes postales en ligne par exemple, peuvent aussi servir d'outils de commercialisation. L'index qui accompagne le présent guide énumère quelques ressources qui vous aideront pour une commercialisation en ligne.

Commercialisation en différé

Pour la commercialisation en différé, l'objectif consiste à attirer autant que possible l'attention du public sur votre adresse Web (adresse URL). Faites figurer votre adresse URL sur tous les documents imprimés ainsi que sur votre papier à lettre, vos pages télécopiées, cartes de visite ainsi que sur tous les messages électroniques que vous envoyez. Si vous fonctionnez dans le cadre d'une organisation plus vaste, assurez-vous que les documents qu'elle distribue contiennent des renseignements au sujet de votre site Web. Si les utilisateurs ne peuvent pas trouver votre adresse URL, il y a peu de chances qu'ils viennent visiter votre site Web!

Une autre technique consiste à définir comment votre site Web peut faire partie de toutes les manifestations ou activités à venir ou envisagées par votre organisation. C'est ainsi que des autocollants, des cartes postales et d'autres formes de matériel publicitaire concernant votre site Web peuvent être distribués à l'occasion d'ateliers administrés par votre organisation.

Les communiqués de presse, les spots publicitaires à la télévision, les émissions radiophoniques et les recours à d'autres médias font partie des formes traditionnelles de commercialisation. Même si vous estimez ne pas avoir les moyens de recourir à ces tactiques, elles valent la peine d'être étudiées, car une société peut parfois vous donner accès aux médias gratuitement ou à prix réduit. N'oubliez pas que la prévention en ligne est quelque chose de relativement nouveau et que, par conséquent, les médias pourraient être plus intéressés que vous ne le pensez. Essayez de vous adresser aux voies des médias qui intéressent votre groupe cible, par exemple les magazines, les émissions télévisées ou les programmes radiophoniques à succès qui s'adressent aux jeunes.

"L'autobus est un excellent endroit pour faire de la publicité, étant donné que vous avez un auditoire captif. Je lis toujours les autocollants sur le dos des sièges." Outi

La publication d'un article dans un magazine spécialisé ou la présentation du site Web à l'occasion d'une conférence de prévention est un moyen utile de commercialiser votre site auprès d'une communauté plus spécialisée, en ouvrant ainsi la voie à une collaboration ultérieure.

N'oubliez pas de parler au personnel et aux bénévoles de votre organisation, ainsi qu'aux jeunes de votre groupe cible, de la manière dont ils conçoivent la commercialisation de votre site Web. Il existe de vastes possibilités qui ne nécessitent pas forcément beaucoup d'argent.



Maintenance

La maintenance est un aspect de la mise en place d'un site Web qui est le plus souvent négligé. Planifiez la maintenance lorsque vous créez votre site Web en calculant combien d'argent, de personnel et/ou de bénévoles seront nécessaires pour maintenir votre site Web actualisé et en état de marche. Soyez objectif sur ce que vous pouvez et ne pouvez pas faire avec les fonds dont vous disposez.



Voici quelques considérations de maintenance à ne pas perdre de vue lorsque vous revenez à votre site à intervalles réguliers.

Liste de contrôle:

- Le site fonctionne comme il était censé le faire
- Tous les liens fonctionnent encore
- Le contenu est à jour, demeure précis et correspond à l'image d'ensemble du site
- Les éditions passées ont été complétées
- Le site répond toujours aux besoins de votre ou de vos groupes cibles
- La qualité du site continue à répondre à tous les critères indispensables
- Les accords concernant l'achat de certains aspects du site (nom de domaine, par exemple) sont à jour
- Les frais de maintenance ont été recalculés dans le budget en cours.



N'éliminez pas systématiquement des renseignements anciens (empruntés, par exemple, à des babillards et des zones de discussion), mais inscrivez-les dans un fichier d'archives. Les archives peuvent fournir des renseignements précieux au sujet de l'expansion de votre site, de sa teneur et du dialogue concernant les efforts de prévention de la toxicomanie au sein de votre communauté cible.

Des sites Web
qui durent

Ainsi qu'il a été indiqué assez clairement tout au long du présent manuel, le Web est un monde en évolution constante. Rien n'y est statique. Pour vous, cela signifie que vous devez faire preuve de clairvoyance, afin de garantir la longévité de votre site, qu'il s'agisse de personnel disponible, de financement, du contenu de l'information, des graphiques de mise à jour et de la place laissée pour de nouveaux éléments interactifs, le cas échéant. N'importe qui peut concocter un site Web, mais le pérenniser est la partie difficile. L'établissement d'un plan à long terme qui porte sur les divers aspects abordés dans le présent document peut contribuer à créer un projet en ligne durable. Ce plan peut et doit être souple, étant donné que certains changements ne deviendront apparents que lorsque vous serez effectivement en ligne, mais il sera utile d'avoir une idée nette de l'objectif recherché, de ce qui est attendu du site, des besoins en personnel et des moyens financiers disponibles.

Une dernière pensée

Il y a donc lieu d'espérer que cela ne vous a pas découragé et que vous êtes stimulé par les nouvelles possibilités que vous offre la prévention en ligne. Malgré donc les difficultés que peuvent soulever une technologie nouvelle et un territoire mal connu, d'énormes possibilités d'amusement vous attendent! Rappelez-vous qu'il s'agit d'un nouvel outil dans le domaine de la prévention des drogues qui offre d'énormes possibilités pour l'imagination et l'exploration. Amusez-vous bien!



Ressources rapides pour la prévention en ligne

Liste de contrôle
des besoins de votre site Web

- Définir un ou des objectifs pour votre site Web
- Définir votre ou vos groupes cibles
- Établir un budget
- Fixer un délai ou une date butoir pour chacune des phases du processus: planification, conception, mise en place, évaluation et actualisation
- Décider de l'information à présenter
- Déterminer la forme et la nature de l'information qui sera demandée à l'utilisateur
- Déterminer la technicité de votre site en fonction de votre groupe cible
- Déterminer la manière dont vous évaluerez les résultats du site
- Créer une liste de liens
- Choisir un type de navigation
- Mettre en place les principaux éléments de votre site
- Choisir un nom de domaine
- Décider des éléments de votre site qui devront être actualisés
- Décider de la manière dont les appréciations seront utilisées à partir de votre site
- Élaborer un plan pour la commercialisation de votre site

Liste des
ressources

Informations générales sur le Web:

- Préparation à la course au Web. Site d'appui canadien fondé sur l'Internet
  www.hc-sc.gc.ca/hppb/get-web-ready/
- Outils techniques destinés aux organismes sans but lucratif
  www.techsoup.org
- Informations techniques gratuites par le biais de Charity Village
  www.charityvillage.com/charityvillage/club.asp
- Normes du Web publiées par les gouvernements
  www.go.tas.gov.au/informan/gips/homepage.htm
- Comment créer votre propre site Web
  www.allaboutyourownwebsite.com
- Tuyaux des experts
  www.addto.com/article/webdevelopment
  www.tips-tricks.com

Infos gratuites

- www.bluearthouse.com
- www.websitegarage.netscape.com
- www.freefever.com

Sources de financement

- www.volnet.org
- www.npower.org

Noms de domaine

- www.hc-sc.gc.ca/hppb/get-web-ready/factsheets/domain_names.html
- www.netnation.ca/products/domain_ca.cfm
- www.internic.net

Écrire pour le Web

- www.hc-sc.gc.ca/hppb/get-web-ready/factsheets/webwriting.html
- www.useit.com

Facilité d'accès et d'utilisation

- www.usableweb.com
- www.usability.gov/methods/index.html
- www.websitetips.com/design/usability.html
- www.arealvalidator.com

Conception

- www.killersites.com
- www.info.med.yale.edu/caim/manual/index.html
- www.useit.com
- www.dsiegel.com

Évaluation et qualité

- www.desire.org/detective/
- www.quick.org.uk
- www.virtualsalt.com/evalu8it.htm
- www.vuw.acnz
- www.biome.ac.uk/guidelines/eval/factors.html

Sources d'information

- www.elisad.org
- www.kidshealth.org/kid/grow/know_drugs.html
- www.sosig.org

Fonctions de recherche

- www.searchtools.com
- www.google.com/services/free.html

Mettre votre site Web au service de moteurs de recherche

- www.webdeveloper.com/management/management_search_engine_tips.html
- www.crunchers.bc.ba

Langages de programmation possibles

- HTML (langage HTML)
- JavaScript
- DHTML
- XML
- XHTML
- Active Server Pages (ASP)
- PHP

Exemples de bonne pratique

- Université de Toronto, Projet TeenNet: www.teennetproject.org
  CANADA
- Université de Toronto, Cyberisle: www.cyberisle.org
  CANADA
- A-Clinik Foundation, Paihdelinkki, (en anglais): www.paihdelinkki.fi
  FINLANDE
- Agence norvégienne pour la santé et la sécurité sociale, "Dopinfo":
  www.dopinfo.no
  NORVÈGE
- Centre pour les toxicomanes dans le Comté de Vest Zeland: www.netstof.dk
  (en danois)
  DANEMARK
- CAN, www.drugsmart.com (en suédois)
  SUÈDE
- hhtp://www.freevibe.com/
  ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE

Etant donné l'intérêt général que les jeunes portent à Internet et pour mettre à profit cette interface passionnante entre la jeunesse, la culture des jeunes et la technologie, le Réseau mondial de la jeunesse publie ce guide facile à utiliser à l'intention des jeunes et des travailleurs sociaux, qui souhaitent utiliser Internet dans le cadre de leurs programmes en cours ou lancer un projet entièrement fondé sur la Toile.

L'INTERNET

Printed in Austria
V.03-84408—February 2004—235

United Nations publication
Sales No. F.03.XI.10
ISBN 92-1-248113-2

